Revista del
CONSUMIDOR
TREINTA AÑOS Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 358 • Diciembre 2006 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

Dos estudios a la medida

REFRIGERADORES GRANDES
Televisores pequeños

Elija los que más le convengan

Piratería ¿Todos somos cómplices?

- No hipoteque su vida: todo sobre **casas de empeño**
- Ahorre y dése un gusto con su **aguinaldo**
- **Comida Kosher** una opción saludable

Platillo Sabio Profeco: **mole con romeritos** Tecnología Doméstica Profeco: **pastel de frutas secas**

Sumario

4

Buzón del lector

8

Miscelánea del consumo

12

Alerta al consumidor

Cuidado con las gasolinas adulteradas

14

Profeco, 30 años de servicio

Tres décadas de consumo

22

Qué hay detrás de...

La piratería en México

30

Radiografía de los servicios

Casas de empeño

46

Infografía

Televisores chicos

60

Alimentación y nutrición

Comida kosher

66

A su salud

Amibas

70

El monedero

No derroche su aguinaldo

76

Pequeños consumidores

Derechos humanos

78

Yo, consumidor

80

Avances

Revista del CONSUMIDOR
Diciembre 2006, Núm. 358

38
Televisores chicos
El Laboratorio Profeco reporta

52
Vinos para esta Navidad
Entrega especial

48
Refrigeradores grandes
El Laboratorio Profeco reporta

64 Para que arme su colección...

Mole con romeritos y tortas de camarón
Platillo Sabio Profeco

Pastel de frutas secas *(fruit cake)*
Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Carlos Arce Macías

Coordinador General de Educación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos
Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Reportero
Walter Jasso Anderson

Colaboradores
José Trinidad Camacho (Trino)

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya
Daniel Wilson Oropeza

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Adriana Hernández Uresti

Consejo Editorial
Carlos Arce Macías
Luis Mariano Acévez Estrada
Miguel Ángel Arreola Roque
Gabriela Hernández Cardoso
José Antonio Hernández Miranda
Raúl García Moreno Elizondo
Francisco Ledesma Llaca
José Rodrigo Roque Díaz
José Luis Aspuru González

BUEN PRINCIPIO, UNBUEN FINAL

Llegó diciembre con las posadas, las fiestas, los regalos... y los gastos. Y es que el ambiente y la publicidad de la temporada pueden hacer que nos entusiasmemos tanto por demostrarle a nuestros seres queridos nuestro amor con regalos, que tal vez olvidemos tomar las precauciones necesarias para que enero, con las responsabilidades económicas habituales, no se vuelva un mes de angustia.

Para que la cuesta de principio de año no lo agarre desprevenido, en este número tenemos varios artículos de interés para usted. En primer lugar, le diremos cómo administrar su aguinaldo para sacarle más jugo y no terminar el año en números rojos. Pero si se diera el caso, y no tiene otra opción de financiamiento, le informamos todo lo que necesita saber antes de acudir a alguna casa de empeño, y en cuáles de ellas el crédito que se le otorga a usted es el menos caro.

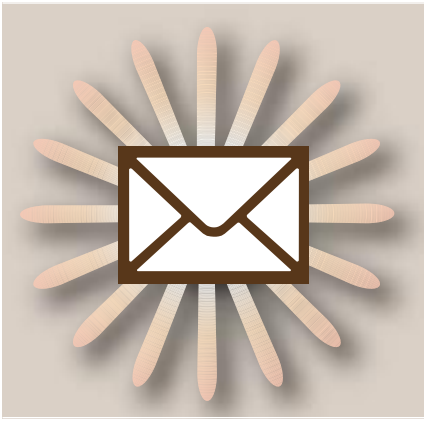
Sin embargo, como cada año, no nos cansaremos de repetirle: regale afecto, no lo compre. Siempre será más importante escuchar un "te quiero" sincero o recibir un buen abrazo que venga del corazón, que tirar la casa por la ventana y luego andar tronándose los dedos.

En nombre de todos los que laboramos en Profeco, le deseamos todo el amor y la felicidad en estas fiestas.

¡Feliz Navidad y próspero Año nuevo!

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc. Apartado postal 20600, México, D. F. Teléfono 5568-8722. Fax 5553-0574. rconsumidor@profeco.gob.mx
Publicidad institucional: 5211-7419

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
POSADA DE DON TRÁCALA
♫ EEEN EL NOMBRE DEL CIEELO, OOS PIDO POSAADA, PUES NO TENGO LAANA NI CON QUE GASTAAAR ♫
♫ AQUI NO ES MESOOON, SIGAA ADELAANTE, PUES EN ESTA ABARROTEERAA YO NO SOY FIADOOOOR! ♫
♫ NOOO SEA AMARREEETE, MI ESPOSA ES MARÍÍA, Y YO SOY QUIQUE Y QUIERO QUE ME LO FÍÍÍÍEE ♫
♫ NOOOO LE PIENSO ABRiiiiR, NO SEA ALGÚN TUNANTEEE ♫
¿TUNANTE? ¡AQUÍ EL PILLO ES OTRO, DON TRÁCALA! ¡TUNANTE USTED!
¡POS ASÍ DICE LA LETRA DEL CÁNTICO!
¿NO LE GUSTA LA NAVIDAD? COMO QUE SE RESPIRA UN AIRE DIFERENTE ¿NO?
¡SÍ... EL AIRE DEL ABUSO!
¿Y A ESTO LE LLAMA ESPÍRITU NAVIDEÑO? ¡VEA ESO... TODOS BIEN CHACHALACOS!
ENTRE EL SANTOS Y PERE: HIC-GRINOS
¡ESO PASA POR BEBER LICORES ADULTERADOS, ALGUNOS COMERCIANTES VENDEN TEQUILA EN POMOS DE PLÁSTICO!
ALGUNOS, QUIMOSABI
¡ADEMÁS, ESAS BOTELLAS DE PLÁSTICO ES PA'QUE CUANDO SE CAIGAN, NO SE LA REVIENTEN EN LA CARA!
POS YO VENDO...
... PURO TEQUILA EN VIDRIO, MARCALLORARÁS Y MIRE, INCLUYE UNOS KLEENEX
MÓCHESE
¡PA' USTED, SE LO DEJO EN OCHENTA AROS MI QUIQUE!
¿Y SU ESPÍRITU COMPARTIDOR NAVIDEÑO?
¡PERO NO IMPORTA! ¡AQUÍ ADENTRO TRAIGO UN PONCHE CASERITO DE ANTOLOGÍA!
¡UY, HUELE RICO! Y CON PIQUETE
¡POP!
♫ EEEN EL NOMBRE DEL CIEEEELOOO, OOOS PIDO MOCHAAADA... PUES MI TEQUIIILA ES PURO ALCOHOL DEL NOVENTA! ♫
¡ASH!
TRINO



Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios acerca de la revista a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas*

Información en línea

¿Cómo y en dónde puedo consultar ediciones anteriores de la revista? Además, me gustaría saber si ya sacaron algún número con el tema de copiadoras y equipos multifuncionales.
Gracias.
Iraís Barrera

El estudio de calidad sobre equipos multifuncionales que está buscando se publicó en febrero de este año. Usted puede consultarlo en el sitio www.profeco.gob.mx, sólo dé clic en el icono "Revista", y en el menú de la derecha llamado "Información relacionada", elija la opción "Estudios de calidad".
También puede acudir a cualquier delegación de Profeco o al Centro de Documentación e Información sobre Consumo (Cedic), ubicado en Av. José Vasconcelos 208, PB, en la colonia Condesa de la Ciudad de México.

Revista a domicilio

¿Puedo suscribirme a la *Revista del Consumidor* para que llegue a mi casa?
Gustavo Guzmán Sanvicente

Por supuesto que sí. El costo de la suscripción anual es de 200 pesos, y lo único que tiene que hacer para que la Revista del Consumidor *le llegue cada mes a su casa es llenar el cupón que viene dentro de todos los números de la revista y enviarlo por fax con las referencias de su tarjeta de crédito Visa o Mastercard, al 01 (55) 5553-0574 o 5516-6612. También puede proporcionarnos estos datos en el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.*

Ahora bien, si no tiene tarjeta de crédito puede enviar el cupón por correo junto con un giro inmediato a nombre de la Procuraduría Federal del Consumidor.

*Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los *Lineamientos para la protección de datos personales* emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).

Quiere litros de a litro

Hola, ¿cómo están? ¿Podrían por favor proporcionarme la lista de las gasolineras que no dan litros de a litro o un link donde pueda consultar esta información?
Héctor G. Castillo

Usted puede consultar el Quién es quién en gasolineras en nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx.
En cuanto entre al sitio aparecerá una ventana que lo dirigirá a la página donde puede verificar el comportamiento de las gasolineras del país por domicilio, número de estación o razón social.

De leches y fórmulas lácteas

Felicidades por el artículo "Leche y fórmulas... ¿lácteas?". Considero que este estudio es muy importante, sobre todo para las personas que tienen problemas de niveles altos de colesterol, pues las tablas de contenido de grasa que publican sí son confiables.
Además, la información la presentan de manera sencilla y fácil de entender, el resumen es muy ameno y fue muy buena idea añadir el artículo de nutrición "Leche, mitos y realidades", pues muchas personas están mal informadas.
Leticia H. Wong Can

Agradecemos enormemente sus felicitaciones, y nos da mucho gusto que la información contenida en nuestro número de octubre le haya sido tan útil. Esperamos seguir contando con su preferencia y le reiteramos nuestro compromiso de brindarle a usted y a todos los consumidores información que les permita tomar mejores decisiones de compra.

SAR-TEL
Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora del SAR
  La herramienta que te permitirá comparar entre Afores para apoyarte en tu decisión
- La **AFORE** en la que estás asignado
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfono :
01800 • 5000 747

Horario de Atención
Asesoría personalizada de Lunes a Viernes de 8:30 a 21:30 hrs.
y Sábados de 8:30 a 15:30 hrs.
Servicio automático de Calculadora, e información sobre tu cuenta asignada, las 24 hrs. del día los 365 días del año.

Por Adriana Hernández

Ilustración Roberto Paz

Con el poder de un microchip

Mientras aquí en tierra azteca los bancos lanzan agresivas campañas para incentivar el pago con tarjeta, en Europa ya realizan pruebas piloto para pagar las compras al menudeo con un chip implantado en el cuerpo del consumidor. Según el diario *The Times*, al menos uno de cada 20 adultos británicos estarían dispuestos a implantarse este chip para hacer sus compras. El dispositivo opera con radiofrecuencia, un escáner lee el microchip y de manera automática se conecta con la red de los bancos para hacer el cargo a la cuenta correspondiente. Con esto no sólo se evitan los fraudes más comunes contra titulares de las tarjetas, sino que es prácticamente imposible que el usuario pierda su medio de pago. Tan útil puede resultar, que un exclusivo club barcelonés ya ofrece esta opción a sus clientes de la zona VIP, donde la gente anda en traje de baño y sin billetera a la mano para pagar sus consumos.

Fuente agencia EFE

Visión de águila 360º

La empresa japonesa Toshiba desarrolló un casco que permite al usuario tener una visión de 360 grados, útil en videojuegos en tres dimensiones y para el tratamiento de lesiones vertebrales y de la clavícula. El prototipo pesa 2.7 kilogramos y todavía no tiene precio de venta, aunque hay quien supone que no pasará de ser un prototipo...

Fuente http://es.gizmodo.com

Huevo líquido

Foto José Rodríguez

Sí, como lo acaba de leer. En breve, en los anaqueles de las principales tiendas de autoservicio habrá tetrapaks con claras de huevo, en presentaciones de medio y un litro, sin grasa ni colesterol, según el empaque. Pero eso no es todo, a principios del siguiente año estarán disponibles mezclas para hacer omelettes al instante, sin necesidad de picar ni un trocito de cebolla; bastará con vaciar el contenido en una sartén bien caliente. Tanta comodidad, por supuesto, tiene un precio: la presentación de medio litro de huevo (unas ocho piezas) tendrá un costo aproximado de 30 pesos, con lo que alcanzaría para comprar casi 2 kg (unas 30 piezas) de este alimento en su "empaque" tradicional, es decir, en cascarón. No obstante, la empresa estima su producción inicial en unos 100 mil huevos diarios.

Fuente *Reforma*, octubre 24, 2006

Bajo la lupa

Por disposición de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, los bancos ahora tienen la obligación de actualizar el expediente de aquellos clientes que tengan un saldo promedio mensual superior a 30 mil pesos o que en un lapso de 30 días registren depósitos que al sumarlos rebasen los 10 mil dólares (109 mil pesos, aproximadamente). Vigilancia especial merecerán las personas políticamente expuestas, como los funcionarios públicos de alto rango y los legisladores. Lo anterior con el objetivo de prevenir el lavado de dinero.

Fuente *El Universal*, octubre 23, 2006,

Foto Archivo

Foto Archivo

Cácaro en casa

¿Es usted un amante del séptimo arte, pero en vez de ir al cine prefiere ver películas en casa? Entonces le interesa saber que a partir de ahora la empresa Paramount Pictures venderá películas y programas de televisión a través de internet, tras firmar un convenio con el portal AOL. Le recomendamos no olvidar las palomitas, aunque sea de microondas.

Fuente http://ar.news.yahoo.com

Estas son las mañanitas...

La Revista del Consumidor cumple 30 años de servir a usted brindándole información para un consumo inteligente y razonado.

¡Gracias por su preferencia!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Boleto completo

Si usted ya decidió a dónde ir en las próximas vacaciones decembrinas, al momento de hacer su presupuesto, tenga en cuenta que a partir del primero de octubre pasado los niños de dos años en adelante pagan boleto completo al volar por Mexicana o Aeroméxico. Hasta antes de esta nueva disposición, ambas compañías aplicaban un descuento de 10% al pasaje de menores entre 2 y 11 años. Dudamos mucho que esta medida ayude a las dos grandes de la aviación en nuestro país a recuperar a los clientes que ahora prefieren contratar los servicios de las aerolíneas de bajo costo, las cuales, por cierto, ya cuentan con el 11.5% del mercado a tan sólo un año de operación.

Fuente www.invertia.com.mx

Foto Archivo

Foto José Rodríguez

Ecolotaxis por bicitaxis

Sólo falta que las autoridades del transporte del Distrito Federal y del Estado de México den luz verde para que los bicitaxis que funcionan en ambas entidades sean sustituidos por vehículos eléctricos diseñados por la empresa mexicana Grupo Eléctrico Motorizado (GEM).

El principal argumento de la empresa para realizar el cambio son los problemas de salud que enfrentan los conductores de los bicitaxis, quienes después de dos años de trabajo pueden presentar lesiones de rodillas; después de tres años hay afectaciones en la columna y tras 10 años, problemas de próstata, lo anterior de acuerdo con un estudio realizado por el Instituto Panamericano de alta Dirección de Empresas. Eso sin contar que disminuiría el tiempo de traslado para los usuarios y aumentaría su comodidad.

La unidad tiene un precio aproximado de 70 mil pesos (la mitad de este costo podría ser financiada por empresas que utilicen dichos vehículos como medios publicitarios), y un gasto diario en electricidad de 20 pesos, que alcanzaría para recorrer hasta 400 kilómetros. De acuerdo con las estimaciones de GEM, el ingreso al día de los choferes se incrementaría a 500 pesos, 300 pesos más que su cuota actual.

Fuente www.gentesur.com.mx

Foto Archivo

Alivio al alcance de la mano

A la venta de golosinas, refrescos, cafés y frituras en maquinitas expendedoras ahora se suman fármacos de libre acceso, como antigripales, antidiarreicos, pomadas contra el dolor y analgésicos, entre los productos más conocidos. La empresa Farmacias del Ahorro es la que empezará a comercializar dichos artículos a través de este nuevo canal. Las maquinitas serán blindadas y mantendrán una temperatura adecuada para conservar en buen estado los medicamentos. De acuerdo con el plan de negocios, serán colocadas en centrales de autobuses, aeropuertos, universidades e incluso corporativos.

Fuente www.nadro.com.mx

De a poquito

Durante los primeros ocho meses del año Oaxaca fue la ciudad con mayor crecimiento en la venta de productos al menudeo, al registrar un 19.2% de aumento respecto al año anterior, según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. Las ciudades de Reynosa (**17.3%**), Cancún (**11.9%**) y Zacatecas (**11.5%**) también registraron buenos números, en contraste con Nuevo Laredo, donde el comercio al detalle registró, en el mismo periodo, una baja de **3.4%**, Veracruz con un descenso de **0.5%** y Saltillo con menos **0.2%**. A nivel nacional el crecimiento fue de tan sólo **2.7%**. Vale la pena recordar que este tipo de consumo es el principal motor de la economía y representa cerca de cuatro quintas partes del Producto Interno Bruto.

Fuente INEGI

Quién es Quién en las gasolineras

El semáforo Profeco le da a conocer el comportamiento de su gasolinera:

Con irregularidades graves

Con irregularidades

No se encontraron irregularidades

Sólo tiene que consultar www.profeco.gob.mx y dar clic en la ventana Quién es quién en las gasolineras, utilice el buscador y sabrá si su gasolinera le despacha litros de a litro. Además, al dar clic sobre el domicilio de la estación, obtendrá:

- Número de denuncias recibidas
- Número de mangueras inmovilizadas
- Si expenden producto adulterado

¡Denuncie a las gasolineras que no venden litros de a litro!

Llame al Teléfono del Consumidor:
01-800-468-8722 larga distancia sin costo
desde cualquier lugar de la República

Profeco

Vegetales, pero que sean verdes

En esta época donde los hábitos alimenticios favorecen el consumo de comida rápida, las verduras parecen especies amenazadas, aunque vuelven a dar muestra de su importancia en la alimentación. Un estudio realizado entre 2 mil personas a lo largo de seis años demostró que las verduras también ayudan a retrasar la pérdida de capacidad mental en gente de la tercera edad. De igual forma, y de acuerdo con el estudio publicado en la revista *Neurology*, las personas que sí comían verduras, sobre todo verdes, tenían una apariencia cinco años menor que aquellos que prescindieron de estos alimentos. Por lo anterior, vale la pena no ceder a la tentación de comprar una hamburguesa para la cena y sí invertir unos 20 minutos en preparar una buena ensalada de vegetales. ¡Consuma verduras!

Fuente www.psiquiatria.com

Foto Archivo

Facilitan pagar multas

Foto José Rodríguez

En la Ciudad de México la historia es la misma: deja usted su coche en un lugar prohibido porque no piensa tardar y en casi un pestañeo, llega (quién sabe de dónde) la grúa, engancha el vehículo y se lo lleva. Lo diferente ahora es que usted podrá pagar la multa con su tarjeta de crédito y/o de débito en "el lugar de los hechos", pues desde el pasado 16 de octubre las 120 grúas de la Secretaría de Seguridad Pública (SSP) del Distrito Federal cuentan con terminales para hacer el cargo, así, el infractor no tendrá que sumar a su calvario acudir al corralón por su automóvil. Para "aprovechar" esta modernización de la SSP, el conductor deberá tener sus papeles en regla y ser el propietario del vehículo.

Fuente Secretaría de Seguridad Pública del DF

Autos que vuelan

¿Quién no quisiera tener un auto volador para evitar los congestionamientos viales? Este sueño de muchos citadinos no está tan lejos de ser una realidad. La empresa Terrafugia, con sede en Cambridge, ya cuenta con el diseño de un auto volador. El Transition es un vehículo con alas plegables y una hélice en la parte posterior del automóvil, y funciona tanto con gasolina común como con combustible de avión. Para que el vehículo despegue requiere poco menos de 50 metros y una distancia aún menor para aterrizar. La empresa recomienda su uso en recorridos entre 2 y 80 kilómetros. Hasta ahora el modelo diseñado es biplaza y ocupa el espacio de una camioneta. La empresa planea lanzar sus primeros modelos a finales de 2008 y tener lista la producción comercial para el 2009. Cuando llegue este modelito a nuestro país, y en particular al D.F., seguro los reportes viales de los noticieros también darán cuenta de los congestionamientos aéreos.

Fuente www.terrafugia.com

Polvo somos y... en diamantes nos podemos convertir

Después de un año de anunciar la llegada de sus servicios a nuestro país, la empresa suiza Algordanza por fin ofrecerá, a través de las funerarias Gayoso, la "diamantización" de personas fallecidas. La firma confía en alcanzar pronto la misma demanda que tiene en Japón, de 55 pedidos semanales en promedio.

Para realizar la "diamantización" de la persona fallecida es necesario cremar el cuerpo, y 20% de las cenizas son llevadas a un laboratorio suizo, en donde se realiza la transformación, que dura aproximadamente dos meses. El proceso puede realizarse incluso en personas fallecidas hace 40 años. El costo del servicio va de los 4,900 dólares hasta 16 mil dólares, según el kilataje deseado. Para que los difuntos sigan brillando como pudieron hacerlo en vida, aunque de modo distinto...

Foto Archivo

Fuente www.invertia.com.mx

Dime dónde compras... y te diré cuánto ahorras

Quién es quién en los precios

El servicio que le ayuda a comprar mejor

Captamos semanalmente los precios de cientos de productos en una amplia red de establecimientos en 23 ciudades del país, para que usted pueda comprar mejor.

Consulte la información de Quién es Quién en los Precios:

- En el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722
- Visitando nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx
- Solicitando un folleto gratuito en las delegaciones **Profeco** del área metropolitana
- Además, con nuestro nuevo Sistema Interactivo, en Internet, arme su canasta básica y vea en qué establecimiento de la Ciudad de México ahorrará más.

Para ahorrar y comprar mejor,
¡compare precios!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

ALERTA al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausuras a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no comprar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

Cuidado con las gasolinas adulteradas

Se han detectado averías en vehículos automotores por el uso de gasolinas adulteradas con agua, o de diesel adulterado con keroseno y aceite de coco.

Dichas averías consisten en que los autos se "jalonean", esto es, detienen la marcha intempestivamente y la reinician pocos segundos después, lo cual, además, provoca la oxidación del tanque, ductos e inyectores (en su caso), así como daño en la bomba de la gasolina. No hay forma alguna de comprobar el daño, hasta que se afecta el sistema de combustible y se "baja" el motor.

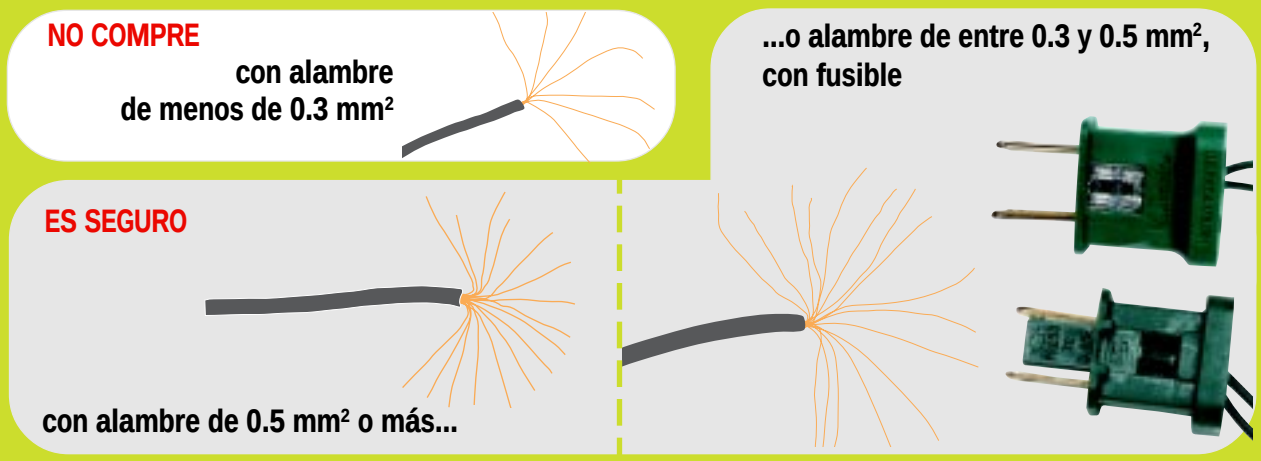
En el caso del uso de gasolina mezclada con diesel, no se genera un daño cuantificable grave al sistema de combustible, sin embargo, se produce una considerable emisión de humo.

Si usted experimenta alguno de estos problemas y tiene documentación de su agencia automotriz o taller mecánico que lo avale, acuda a cualquiera de las delegaciones Profeco a presentar su queja o denuncia sobre este hecho. Para obtener mayor información llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República.

Incendios en Navidad

Muchas de las series de luces para el árbol y adornos navideños luminosos que se venden en el mercado, tanto formal como informal, representan un riesgo para su seguridad, pues el grueso del cable que utilizan es inferior al que establecen las normas, lo que puede provocar un cortocircuito y un incendio.

No arriesgue su seguridad: al comprar series y adornos navideños luminosos verifique que el grosor del cable sea el adecuado (aquí le mostramos los tamaños reales).



Vales de despensa falsos

Luego de detectar la circulación de vales de despensa falsos (presuntamente emitidos por la empresa Servi Bonos) con un valor cercano a los dos millones de pesos en Jalisco, Sinaloa, Colima y zona conurbada del Distrito Federal, Profeco da aviso a los consumidores para que eviten ser víctimas de los delincuentes que los distribuyen.

Aunque la mayoría de estos vales son utilizados directamente por los falsificadores en la compra de electrodomésticos y tarjetas para teléfonos celulares, el director jurídico de Servi Bonos señala que los consumidores deben tener cuidado, ya que los delincuentes también buscan distribuirlos cerca de los centros comerciales o tiendas de autoservicios a precios muy por debajo de su "valor real": estas personas suelen acercarse a los consumidores y ofrecen los vales "a mitad de precio" con argumentos diversos como que uno de los hijos del vendedor está muy enfermo y necesitan el dinero urgentemente. La recomendación es simple: no les crea, y sobre todo, no compre estas "ofertas".

Profeco: 30 años de servicio

Por José Armando Aguilar, Walter Jasso y Alejandra Sánchez

¿Cuántas cosas que usted ya ni siquiera recuerda han cambiado durante los últimos años? Este texto es un muy breve recuento de ello, sobre todo, de la forma en la que los mexicanos hemos modificado nuestros hábitos de consumo.

Economía

De cri$is en cri$is

La historia económica de nuestro país en las últimas tres décadas se caracteriza principalmente por la constante incertidumbre financiera que ha provocado en los consumidores mexicanos pocos momentos de estabilidad y menos aún de bonanza (hace mucho que nos venimos preparando para administrar una abundancia que nomás no acaba de llegar).

Debido a una marcada reducción en el ritmo de la actividad económica, la situación para los bolsillos de los consumidores en 1976 fue más que desfavorable. Por ejemplo, durante mucho tiempo, el tipo de cambio había sido un tradicional **$12.50** por dólar, pero en 1976 el peso mexicano se devaluó inesperadamente (en cuestión de horas) alcanzó la cantidad de **$20.45** por dólar. El mercado cerrado (que se basa en las relaciones comerciales mínimas indispensables con el extranjero) y los precios controlados eran los principios que regían las relaciones comerciales de aquel entonces.

En los siguientes dos años, el panorama no cambió de manera significativa, hasta que un buen día los sorprendentes hallazgos de yacimientos de **gas y petróleo en el sureste mexicano** pusieron fin a la terrible crisis. El optimismo se desbordó a tal grado que en 1978 el entonces presidente de México, José López Portillo, **se atrevió** a decirles a todos los mexicanos que ahora "habría que prepararse para administrar la abundancia".

Mientras todos los consumidores seguían alistándose para las épocas de **"vacas gordas"**, a principios de 1980 se introdujo un nuevo impuesto en México: **el IVA**, que en un principio vino a agregar una tasa del **10%** en todas las actividades comerciales. En febrero 1982 llegó una **primera devaluación** del peso. Los consumidores se encontraban nuevamente con **finanzas personales** adversas que no pararían ahí: seis meses después, en agosto, nuestra moneda **se volvió a devaluar**. Y cuando se pensaba que las carteras de los consumidores no podrían estar peor, en diciembre se recibió el **tercer impacto devaluatorio**. Fue una época turbulenta, vertiginosa, que trajo como consecuencia una sorpresiva nacionalización de la banca. Todo el país se encontraba en mitad de una gran crisis económica, donde la tasa de inflación **se disparó 100%**.

En l986 México entró, por enésima vez, en una crisis, esta vez provocada por el sorpresivo **descenso en los precios del petróleo**: la inflación alcanzó un deprimente **105.7%**. Nuevamente los consumidores enfrentaron una brutal embestida en sus ingresos.

Con esta resaca financiera llegamos a 1991, año en que el **salario mínimo** registró un aumento de **18%**, se dio una **liberación** de precios y las discusiones sobre un posible **Tratado de Libre Comercio** con Estados Unidos y Canadá despertaron el interés de la población en general. Ese mismo año, un cambio relacionado directamente con la denominación de los billetes se concretó al **quitársele tres ceros al peso mexicano**. Surgieron así los **nuevos pesos**, que antes, con tanta inflación hicieron **millonarios de a mentiras** a todos los ciudadanos, pues lo que antes valía $1,000,000, quedó en la módica suma de $1,000.

Ya para 1994, un conjunto de difíciles circunstancias (entre ellas, el surgimiento del **EZLN** y asesinatos de importantes personajes de la vida política) sumieron al país en **otra devaluación**. Y para cerrar con broche de oro semejante año, sobrevino el llamado **"error de diciembre"**, que tuvo repercusiones económicas muy severas, incluso a nivel internacional, y **dejó en la calle** a buena parte de la población mexicana.

Así, que cuando parecía que nuestra economía estaba destinada a deteriorarse con cada cambio de **administración** (ya eran toda una "tradición" las crisis sexenales), en los últimos años los consumidores mexicanos hemos experimentado una favorable **estabilidad** macroeconómica que, por supuesto, contribuye a una mayor certidumbre en las relaciones de consumo , aunque sin el crecimiento prometido.

Foto José Rodríguez

Foto Archivo

Alimentación, ¿qué cambió?

En 1977 el problema no parec™a tan grave: uno de cada seis mexicanos ten™a una marcada tendencia a la obesidad. En el aŒo 2006, la Encuesta Nacional de NutriciŠn report Š un 70% de los mexicanos mayores de 20 aŒos con sobrepeso. Es decir, estamos a menos de un paso de convertirnos en un pa™s de obesos. En M”xico, claro est/, la obesidad es considerada un serio problema de salud pœblica, no en vano la Organizaci Šn Mundial de la Salud la califica como la epidemia del siglo XXI.

Por tal motivo, los mexicanos nos encontramos en un momento crítico, debido a las consecuencias que podrían acarrearnos nuestros malos hábitos al comer, por ejemplo, más diabetes mellitus y enfermedades del corazón, sólo por mencionar los dos padecimientos que ocupan los primeros lugares en la lista de las principales causas de muerte en el país.

Pero, ¿a qué se deben estos problemas? ¿Qué ha cambiado en la forma de alimentarnos, sobre todo en los últimos 30 años? A continuación algunas posibles respuestas:

Foto José Rodríguez

Alimentos prefabricados y comida rápida

Las cadenas de fast food (que llegaron con los procesos de apertura económica, y éstos como parte de la globalización) y los alimentos prefabricados se ofrecen como la panacea alimenticia para aquellos que, como es común en la vida moderna, no tienen tiempo de sentarse a degustar una comida sana. La comida rápida tiene un alto contenido de carbohidratos y grasas, pero eso parece no importar porque, como dice el refrán: a todo se acostumbra uno, menos a no comer.

Sedentarismo y comodidades

El desarrollo de la tecnología permite vivir con mayor comodidad, sobre todo en las zonas urbanas. En muchos casos, esto que parece una gran ventaja, lejos de elevar la calidad de vida ha fomentado un sedentarismo extremo, asociado a problemas graves de salud.

Foto Archivo

Foto Archivo

Nueva organización social

Las familias son más pequeñas y todos sus miembros tienen que cumplir con distintas obligaciones, lo que altera su ritmo de vida y, finalmente, su alimentación. Las mujeres se integran cada vez más al mercado laboral y no cuentan con tiempo suficiente para preparar alimentos sanos en casa, como antes.

Pobreza

Las familias mexicanas con pocos ingresos tienen que sacrificar la calidad de los alimentos para no disminuir la cantidad. Por ejemplo, si antes compraban un kilo de retazo, ahora compran un kilo, pero de salchichas, que llenan más pero contienen muchas grasas saturadas.

Sumado a todo lo anterior, la tecnología ha contribuido también a modificar nuestros hábitos alimenticios. Sólo por citar un ejemplo: el horno de microondas permite la compra de alimentos para prepararse y servir "al instante" (como las sopas instantáneas), que ni con mucho aportan los nutrimentos necesarios de una sopa preparada en casa.

Se dice que somos lo que comemos. De nosotros depende entonces comenzar a cambiar nuestros hábitos alimenticios para sembrar en nuestros hijos una auténtica cultura alimenticia, antes de que sea demasiado tarde.

El futuro nos alcanzó

Telefonía. El modelo "DynaTAC 8000X", presentado en 1984 por la empresa Motorola, fue el primer tel”fono celular comercial de la historia. Pesaba unos 800 gramos. En 2006, hay aparatos que pesan menos de 50 gramos. ÁVaya que las cosas cambian!

Foto José Rodríguez

En 1976 un simple y pesado teléfono fijo de forma cuadrada, en color beige o gris, con un disco de marcación que emitía un sonido, que ahora sólo recuerdan los **nostálgicos,** representaba el medio de telecomunicación; en aquel entonces **1 millón 852 mil** líneas telefónicas operaban en todo el país.

Aunque para 2005 ya había **19 millones 512 mil** líneas telefónicas fijas en México, con el transcurso de los años, el teléfono convencional ha sido rebasado en cantidad y tecnología por el ya casi indispensable **celular**, que se ha convertido en un **centro multimedia**, el cual permite **tomar** fotos y video a color, **enviar** mensajes de texto, **escuchar** música, **disfrutar** de videojuegos, **conectarse** a internet, **ver** televisión, e incluso, **hacer compras** en algunos establecimientos como si se tratara de una tarjeta de débito. Ah, por cierto, también sirve para **hacer llamadas telefónicas** persona a persona.

En 1990, 64 mil mexicanos tenían un teléfono móvil; en la actualidad, 50 millones cuentan con uno.

Televisión. De unos pocos canales en la televisiŠn abierta, emitidos por lo que entonces era **Televicentro** (hoy Televisa), en 1970 los televidentes mexicanos se convirtieron en el blanco de una nueva industria, la **televisión de paga**, que iniciŠ cuando la empresa **Cablevisión** comenzŠ a ofrecer este servicio a 2,500 suscriptores en la Ciudad de M”xico, mediante la conexiŠn de un **cable coaxial** que iba desde una central, hasta las redes Òcablerasó de **unas cuantas colonias** para de ah™llegar a los televisores.

Foto Archivo

Poco a poco, el servicio se expandió a otras ciudades, pero fue hasta el año de **1989** cuando llegó otro sistema de TV cerrada. Se trataba de **MVS Multivisión**, que utilizaba el **Sistema de Distribución Multicanal Multipunto**, el cual consistía en el envío, a través del **espacio aéreo**, de señales de televisión codificadas, hacia los hogares de los suscriptores, a quienes se dotaba previamente del **equipo necesario** para la recepción (antena, decodificador y control remoto).

En 1996, con las empresas **DirecTV** (hoy desaparecida en México) y **Sky** hizo su aparición la televisión vía satélite directa al hogar, conocida como **Direct to Home o DTH**. Esta tecnología permite transmitir **audio y video** digitales directamente desde el satélite, donde el sonido tiene la calidad de un **disco compacto** y la imagen posee una definición **mucho mayor** que la de la TV normal.

La oferta de entretenimiento puede rebasar los **150 canales,** según el paquete que se elija, aunque la tarifa mensual inicia a partir de los **350 pesos**, aproximadamente, además del costo de **instalación**, que es variable.

En los últimos años, han surgido otras opciones más económicas, como **MASTV**, aunque cuenta con **menos canales** que los servicios mencionados anteriormente. Como sea, el número de suscriptores en **todo México** ha crecido enormemente, pues se calcula que casi **10 millones** de personas cuentan con algún servicio de **televisión de paga** hoy en día.

Revolución en estéreo

A inicios de este siglo XXI, el sonido de las notas musicales se escucha en calidad digital, cuya revolución ha llegado a través del MP3, formato dado a conocer en 1995, y que fue creado por el *Moving Pictures Experts Groups* o *MPEG* (Grupo de Expertos en Imágenes en Movimiento), quienes se dedicaban a desarrollar estándares para codificar digitalmente audio y video. De ahí el nombre técnico del formato MP3: M-PEG 1 Audio Layer 3 (capa de audio 3), que consiste, en esencia, en un archivo con datos comprimidos, lo que permite reducir hasta 12 veces el tamaño de una pieza musical sin afectar su calidad, ya que sólo se eliminan frecuencias que son imperceptibles para el oído humano.

Así, más música cabe en menor espacio, ya sea de la computadora, de un disco compacto, o bien, de los reproductores portátiles. A propósito de estos últimos: cuando el Ipod fue lanzado por la empresa Apple el 23 de octubre de 2001, se dijo: "Escuchar música nunca volverá a ser lo mismo". Una vez que Apple vendió 60 millones de unidades, varias otras marcas salieron al mercado para tratar de captar el gusto de los melómanos, pues este tipo de aparatos pueden almacenar hasta 15 mil canciones e incluir video.

Pero claro que no siempre fue así: ¿se acuerda del walkman, que la empresa Sony lanzó en 1979? En aquel entonces, el primer reproductor portátil de la historia tocaba casetes de cinta, y dada la amplia difusión de este dispositivo, el negocio de los tocadiscos cambió de forma radical; éste fue el primer golpe al disco de acetato, esa "tortilla negra" que a su vez fue sustituida por los discos compactos, dispositivos que cuentan con mucha mayor fidelidad y que salieron a la venta en 1982, aunque su presencia masiva en México tuvo lugar hacia 1989.

En 30 años, la manera de escuchar música ha cambiado junto con la tecnología, que no deja de sorprender dada su versatilidad y capacidad de adaptarse a las cada vez más demandantes necesidades de los consumidores, quienes exigen calidad, buen precio y constante innovación.

¿Cómo escucharemos música dentro de 10 años?

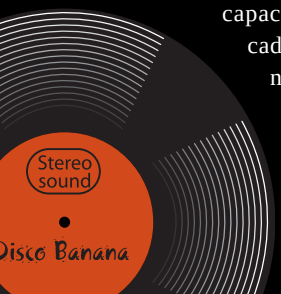


Foto José Rodríguez

El automóvil

Forma parte de la realidad diaria. Ya no se trata del inalcanzable sueño tecnológico del siglo. Existe un vehículo particular por cada 20 personas. Faltan estacionamientos y los semáforos no están coordinados, por lo que el exceso de autos provoca un nuevo fenómeno en las ciudades: los congestionamientos viales. Es 1976 y, además, la ciudadanía comienza a experimentar problemas con el transporte público: los autobuses no tienen paradas fijas y se manejan en total anarquía.

Para I979 (cuando sólo había nueve marcas de automóviles en el país), **la crisis del 76** aún se hacía sentir en la industria automotriz: el gobierno federal se decidió por el **Impuesto Sobre Autos Nuevos** (ISAN), lo que contribuyó a hacer del automóvil un lujo inaccesible para la gran mayoría de consumidores mexicanos.

A principios de la década de los ochenta, para eliminar el grave déficit comercial de la industria automotriz, el gobierno se vio obligado a **prohibir** la venta de modelos que no alcanzaran en su armado un mínimo de **60%** de piezas de fabricación nacional. Estos años fueron difíciles para el sector: de **1982 a 1987** la industria experimentó un largo periodo de depresión; sin embargo, durante ese tiempo sucedieron algunos cambios que, a fin de cuentas, traerían beneficios para los consumidores: en **1984** se inició la **apertura de créditos** para que los consumidores pudieran comprarse un carro; en **1985** surgieron los llamados sistemas de **autofinanciamiento**, y en **1986**, como resultado de estudios hechos para reducir la contaminación ambiental, se crearon las gasolinas **Nova Plus y Extra Plus** (que en 1990 habrían de sustituirse por la **Magna Sin**, un combustible sin plomo).

Sobre todo los dos primeros factores contribuyeron a una refrescante recuperación del sector automotriz mexicano. Al concluir **1991**, la industria impuso nuevas marcas históricas en sus volúmenes de **producción y ventas**. Ese mismo año, la llegada de los convertidores catalíticos (que requerían de gasolina sin plomo) obligó a la introducción al mercado de una nueva generación de gasolinas: **Pemex Magna** y **Pemex Premium**, y en octubre de este 2006 se comenzó a distribuir una nueva gasolina **Premium** que reduce hasta en 50% sus emisiones contaminantes.

A partir de **1994**, México inició un proceso de apertura que dio cabida en el mercado nacional a marcas como Renault, Toyota, Peugeot, SEAT, Audi, Honda, BMW, FIAT, Land Rover, Jaguar y Mercedes Benz, entre otras. Sin duda, durante los últimos años, los consumidores mexicanos habían obtenido beneficios de la **apertura comercial**: hacía mucho tiempo que el abanico de opciones para los compradores de autos se había limitado a lo que podían ofrecer unas cuantas armadoras, la mayoría estadunidenses.

La variedad de **autos** que entonces ofrecía el mercado mexicano se ha multiplicado hasta ofrecer cientos de opciones hoy en día. Además, la competencia entre las empresas del sector automotriz propició aún más beneficios para el comprador final: **los precios disminuyeron** y los **planes de financiamiento** se convirtieron en una opción más que atractiva (hay un auto para casi cualquier bolsillo).

El servicio y la atención al cliente también mejoraron gracias a que, al tener otras opciones de compra, los consumidores mexicanos **nos volvimos más exigentes**.

Hoy el automóvil es tan importante (tan sólo en la capital del país **circulan 4.5 millones de vehículos**) que es el **segundo bien patrimonial** (sólo después de la vivienda), un objeto de deseo para los consumidores de las sociedades modernas y, para algunos, el invento más necesario.

Foto Archivo

De las largas filas al breve clic

Antes, ir al banco o a pagar el tel”fono significaba acudir f™sicamente hasta estos lugares con la consecuente espera en las filas; hoy, varias transacciones comerciales y financieras pueden realizarse desde el hogar con las herramientas que brinda internet, esa compleja red que revolucionŠ el mundo por completo.

M”xico vio llegar la internet hacia 1994, aunque su auge real arrancŠ a partir de 1996. Hoy, 20 millones de mexicanos navegan en el ciberespacio, lo que en buena medida ha revolucionado la manera en que las personas se relacionan, comercian y consumen.

As™ el sabor del pegamento de la estampilla postal en la lengua antes de adherirla al sobre, se ha sustituido por el dedo ™ndice oprimiendo el ratŠn de la computadora al usar esa maravilla llamada correo electrŠnico.

De la miscelánea al *mall*

Varias decenas de años han pasado desde que el **estanquillo**, la **miscelánea** y las tiendas de **ultramarinos** cedieron paso a los supermercados. Todavía en los 70, las verduras, la carne y los frijoles se compraban en los **mercados públicos**. Para las necesidades del día como jabón, cerillos, velas, dulces y refrescos bastaba ir a la tienda de la esquina. Poco antes de la hora de la comida había que ir a hacer cola a la tortillería, y más tarde, a comprar el pan.

Las tiendas de abarrotes o de ultramarinos estaban mejor surtidas y ahí se vendían productos que venían del otro lado del mar, como vinos, angulas, ostiones o pulpos en lata, quesos holandeses, chorizos españoles, etc., accesibles sólo para cierto sector de la sociedad.

Aunque en 1958 se abrió la primera tienda Aurrerá en la Ciudad de México, en 1962 una de Gigante (en aquel entonces la más grande de América Latina) y una de Comercial Mexicana, así como la tienda Soriana en Torreón, Coahuila, acompasaríamos nuestros antes que ir al súper fuera algo cotidiano.

En las siguientes décadas se consolidaron los supermercados, lo que inició la competencia entre ellos y el declive de los mercados tradicionales. En tan sólo 17 años, de 1988 a 2004, se abrieron 17,427 tiendas de autoservicio en el país.

También, al comenzar la década de los 70 se estrenaron las primeras plazas comerciales (el primer *mall*) en los suburbios de la Ciudad de México, Plaza Satélite, en el Estado de México, y Plaza Universidad. Y de ahí en adelante, la construcción de plazas a lo largo de la República Mexicana no se ha detenido. Paradójicamente, una de las plazas más modernas y elitistas, Centro Santa Fe, se erigió en la zona poniente de la Ciudad de México, en terrenos que antes habían sido basureros, minas de arena y ciudades perdidas.

Foto archivo

Ahora las plazas o *malls* son algo más que una oferta de tiendas de ropa y zapatos, son centros de consumo y entretenimiento en donde los visitantes también tienen a la mano salas de cine, amplia oferta de comida rápida, restoranes, tiendas de videojuegos y de discos, joyerías, bancos, cajeros automáticos, guarderías, estéticas y amplios estacionamientos e incluso la posibilidad de hacer el súper. Ahora, los fines de semana, las familias en la mayoría de las ciudades del territorio nacional salen a pasear a los *malls*, en donde comen y se entretienen. Así permanecer varias horas en un centro comercial se convirtió en un nuevo estilo de vida.

Del bote pateado

Hace 30 años los niños todavía jugaban escondidillas, bote pateado, encantados o a la casita. También salían al parque a andar en bicicleta o a "echarse una cascarita". El juego siempre ha existido, lo que ha cambiado es la forma, el espacio y los juguetes con los que ahora se divierten los niños. Tal parece que el juego está cada vez más determinado por la celeridad con que viven los adultos.

A partir de los años 70 hubo importantes cambios en la estructura familiar. Todavía a mediados de esos años las parejas tenían en promedio **seis hijos**; en el 2004 la

Dinero: del papel al plástico

¿Se acuerda de cuando nos pagaban el sueldo en un sobre con billetes engrapados, y que para hacer un pago teníamos que cargar el dinero en efectivo? ¿Seguro alguna vez le tocó formarse durante horas en el banco sólo para cambiar un cheque?

En **1968**, Banamex creó **Bancomático**, la primera tarjeta de crédito, y en 1972 instaló los primeros e innovadores **cajeros automáticos** (por cuyo uso había que pagar una alta comisión). Todavía en esos años hablar de banca electrónica, tarjetas de crédito o de débito parecía un lenguaje accesible sólo para ciertas clases sociales.

Nadie creía que por medio de una tarjeta se podrían realizar **múltiples pagos**, o que por teléfono o internet se concretarían las **operaciones bancarias** y que al solicitar un crédito la respuesta sería casi inmediata.

En nuestro país hay **28 grupos financieros**, que tienen más de **8 mil sucursales**. Los bancos grandes y medianos: BBVA Bancomer, Banamex, Santander Serfin, HSBC, Banorte, el único con capital 100% mexicano, y Scotiabank, manejan 26.9 millones de cuentas.

Ahora, la mayoría de los sueldos se pagan por medio de una **tarjeta de débito**, ya no hay que esperar a que llegue el pagador; además, con ellas es posible **pagar servicios** con cargo automático, como el **teléfono**, así como las compras del **supermercado**, e incluso disponer de **dinero en efectivo** en un cajero automático, a cualquier hora del día y de la noche y prácticamente en cualquier lugar de la República Mexicana, **sea o no** de nuestro banco.

Según datos del Banco de México, a mediados de 2006 circulaban más de **17 millones** de tarjetas de crédito, uno de los instrumentos de financiamiento más importantes.

Las cifras son alegres: el incremento en el número de tarjetas bancarias y de negocios que las aceptan, elevó en 50% el número de transacciones y el monto de las operaciones durante 2005. Sin embargo, **el lado triste** de los instrumentos de financiamiento es **su mal uso**: 7 millones de personas enfrentan deudas sin control.

al videojuego

cifra disminuyó a **dos**. Igualmente, en esos años las mujeres comenzaron a participar en la **fuerza laboral**, lo que implicó que las mamás ya no tuvieran mucho tiempo para **jugar con sus hijos**, llevarlos al parque o al cine. De 1970 al 2000, la cantidad de hogares con **jefatura femenina** casi se triplicó, al pasar de 1.7 a 4.6 millones. Actualmente cada vez más mujeres, por decisión o necesidad, son cabeza de familia.

La mercadotecnia también ha influido en el cambio de hábitos en lo que a **juegos y juguetes se refiere**. Uno de los grupos más sensibles a los mensajes comerciales es la población **infantil**. Según datos de la revista *Adcebra*, en 1998 los niños estaban expuestos en promedio a **280 comerciales** a la semana, y el mercado infantil en la televisión representaba un negocio de **994** millones de dólares anuales.

Además del televisor, **los videojuegos** son una forma de entretener a los niños y mantenerlos confinados en la casa para no ponerlos **en riesgo** dada la **inseguridad urbana**. A 15 años de que apareció el primer videojuego, la frase "engarróteseme-ahí" parece que cada día tiene menos sentido, y ahora **chicos y grandes están** "encantados" frente al televisor o con su **videojuego** preferido.

Fuentes Libro *"Un siglo en movimiento, Crónica de la distribución de automotores en México"*, de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores, A.C. • *"La influencia de la TV"* en *Revista del Consumidor*, no. 310, diciembre 2002 • *"El juego no es cosa de juego"* en *Revista del Consumidor*, no. 347, enero 2006 • Revista *Proteja su dinero*, mayo 2006 y agosto, 2006, Condusef, México • Información proporcionada por Felipe Torres Torres, investigador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y coordinador del libro *"La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio"* • www.cofetel.gob.mx • www.wikipedia.es • www.mexicanadecomunicacion.com.mx • www.hyperlab.politicas.unam.mx • www.amipci.org.mx www.guia.mercadolibre.com.ar/mp3-historia-del-formato-sonido-mas-popular-consejos-elegir-reproductor-885-VGP • www.cincodias.com • www.es.wikipedia.org • www.network-press.org • www.inegi.gob.mx

Piratería

De transa en transa, México no avanza

Por Walter Jasso Anderson

Intrínsecamente ilegal, desleal y rapaz, la piratería daña la economía en su conjunto, al tiempo que los productos legítimos son desplazados y es distorsionada la percepción de los consumidores. Para detener el problema se necesitan soluciones prácticas, pero sobre todo, educación y conciencia.

Un señor llega a un puesto de películas pirata y compra, con un billete, algún título "clonado" en DVD que todavía no se ha estrenado en el cine; el vendedor del filme ilegal entrega ese mismo billete a un traficante de armas, quien, a su vez, le vende una pistola a un tercer sujeto. El final de la historia es que este último hombre asalta a mano armada a un ciudadano cualquiera, que pudo ser quien inicialmente había comprado la película...

El argumento anterior forma parte de una campaña contra la piratería que se lleva a cabo en algunos países europeos. Lamentablemente, en México la industria de la ilegalidad también está cerrando frentes en contra de la sociedad que les ha permitido existir.

Mexicanos pirata

De acuerdo con el informe global 2005 *Reporte Especial 301*, de la Alianza Internacional para la Propiedad Intelectual (IIPA, por sus siglas en inglés), que agrupa a mil 900 empresas, México ocupa el indecoroso cuarto lugar en piratería (entre 68 naciones), sólo superado por Rusia, China e Italia, en lo que respecta a las pérdidas generadas en la industria de la música, las películas, los libros y el software de entretenimiento y comercial.

Cuando una persona adquiere un producto pirata, contribuye a financiar redes de tráfico de armas, drogas, secuestro e, incluso, pornografía infantil. Mediante diversos operativos realizados para decomisar piratería en la Ciudad de México, en algunos de los sitios donde se han encontrado quemadores para la reproducción masiva de películas, discos de música y software, igualmente se han detectado laboratorios y estudios clandestinos para la producción de narcóticos y pornografía infantil.

En nuestro país el sector informal representa más del 12% del Producto Interno Bruto (PIB), según estimaciones del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), mientras que la Organización Internacional del Trabajo (OIT) calcula que alrededor de 10 millones de personas viven de la economía informal en México. Así las cosas, el comercio ambulante representa una válvula de escape para quienes no encuentran trabajo dentro de los sectores formales.

El problema es que detrás del ambulantaje se esconde el comercio ilegal, que es el último eslabón en la cadena de la delincuencia organizada. El comercio ambulante ya no está compuesto sólo por gente de escasos recursos que ha sido desplazada de la formalidad, también representa una serie de actividades

Por haberse vuelto tan común, parece que la piratería es un delito inofensivo.

productivas y comerciales altamente rentables que compiten de forma desleal con la industria y el comercio legítimos que sí pagan impuestos.

Al haberse vuelto tan común, pudiera parecer que la piratería es un delito inofensivo, que no resulta muy grave: de acuerdo con la encuesta sobre piratería 2006 que Profeco realizó a 1,425 personas mayores de 18 años que viven en el área metropolitana del Distrito Federal, 75% de los entrevistados aceptó haber comprado este tipo de productos en la calle. Paradójicamente, el mismo estudio revela que casi el 68% de las personas que adquirieron copias ilegales de diversos tipos de artículos, tuvieron problemas de calidad y/o funcionamiento con el producto, lo que les impidió disfrutarlo.

Otra cifra que muestra la gravedad de estos resultados es que el 89% de quienes admitieron comprar piratería, lo hacen a pesar de que están conscientes de que se trata de un delito. En términos generales, con estos resultados coincide el *Estudio sobre piratería de software* que realizó, a principios de 2006, la Business Software Alliance (Alianza de Negocios de Programas Informáticos, BSA, por sus siglas en inglés) a 453 personas en el país.

No deja de sorprender que la mayoría de los encuestados en esta última investigación, considera a la piratería menos grave que el robo o la corrupción; en cuanto a los principales problemas de México, a decir de los entrevistados, la piratería ocupa la octava posición (en primer lugar está la inseguridad, seguida por el desempleo y la citada corrupción).

Más datos reveladores: 80% de las personas encuestadas creen que la piratería de software es "muy dañina", pero a pesar de ello, y aunque reconocen que es contraria a la ley, 73% se declara proclive a comprar y/o utilizar programas ilegales.

Estamos, pues, ante un asunto de percepción, en el que en apariencia, la mayoría de las personas no vislumbran las consecuencias de comprar y/o utilizar piratería, a tal punto que se ha convertido en un fenómeno socialmente aceptado, porque es como si "no pasara nada", como afirma Kiyoshi Tsuru, director general en México de la mencionada BSA (organización presente en 60 países y que agrupa a las empresas más importantes del sector informático). El señor Tsuru añade que: "la piratería, de cualquier producto en general, está matando la innovación, aniquila miles de empleos; estamos desangrando nuestra propia economía, pegándole directamente a nuestro Producto Interno Bruto (PIB) en un afán ciego... es como un vicio. Sabemos que nos lastima, pero lo seguimos haciendo".

Achican la pantalla grande

En 2005, 8 de cada 10 películas vendidas en México fueron pirata, lo que significó pérdidas por 3,800 millones de pesos para la industria fílmica, y 40 millones de boletos no vendidos en las salas cinematográficas.

También en 2005 llegaron a México, de manera legal, 810 millones de discos vírgenes, y se decomisaron 6 millones 771 mil películas pirata.

Uno de los problemas es que ni la piratería ni la industria legal son capaces de consumir la gran cantidad de discos vírgenes que entran al país (810 millones). Y es probable que el destino final de estos discos sean otros países, por lo que México podría ser un punto de exportación de piratería.

Por si lo anterior fuera poco, en 2006 se pusieron a la venta 75 millones de copias apócrifas de películas.

Fuentes *TV Revista del Consumidor*. Programa # 39 de 2006 • www.lajornada.unam.mx

Discos rayados

▼

Durante 2005, 7 de cada 10 discos de música que se consumieron en el país fueron pirata, lo que provocó a la industria del fonograma una pérdida anual de casi 4,500 millones de pesos, así como la pérdida de 25 mil 500 empleos directos.

▼

En el mismo periodo, **se bajaron 615 millones de canciones de internet sin autorización de sus creadores**, y sin que se pagara un solo centavo por ello.

▼

Cada hora se comercializan 31 mil discos compactos pirata en nuestro país.

Fuentes Entrevista con Fidel López García, director general del IPPIC, A.C. • www.amprofon.com.mx

Pésima señal

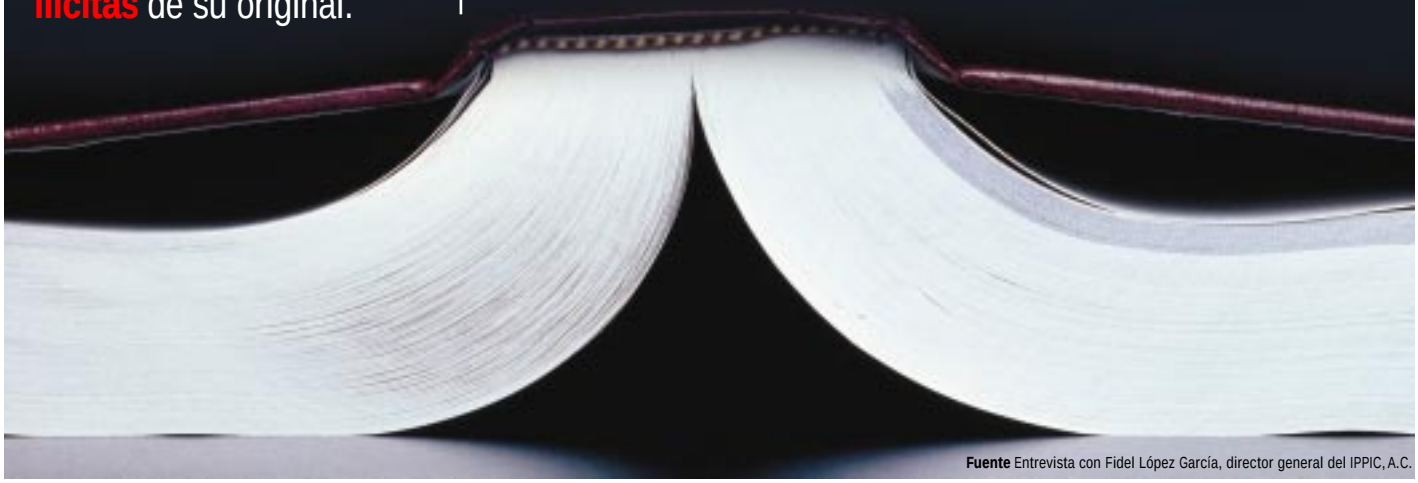
- **6 de cada 10 usuarios del servicio de televisión por cable lo recibe de forma ilegal**, lo que representa una pérdida de más de 4,500 millones de pesos anuales para el sector.
- **3 de cada 10 usuarios del servicio de televisión satelital aprovechan ilícitamente el servicio**, ocasionando una pérdida a la industria de 1,200 millones de pesos.

Fuente Entrevista con Fidel López García, director general del IPPIC, A.C.

Libros deshojados

3 de cada 10 libros que se compran en el país son reproducciones **ilícitas** de su original.

Cada año se **fotocopian,** de manera ilegal, el equivalente a **40 millones de libros**, lo que ocasiona a la industria editorial una pérdida anual de más de **4,700 millones de pesos.**



Fuente Entrevista con Fidel López García, director general del IPPIC, A.C.

Monstruo de mil cabezas

Aunque es incierto precisar cuándo inició la piratería en México, ésta se intensificó a partir de los años 70, con la aparición de las primeras falsificaciones de marcas de prendas de vestir y accesorios de firmas como Lacoste, Sergio Valente, Gucci y Guess.

Posteriormente, llegó a otros sectores como los cosméticos, y a partir de mediados de la década de los 80, se expandió hacia artículos como películas (primero en formato VHS, luego en VCD y ahora en clon de DVD), programas de computación y música grabada (primero en casetes, discos de acetato LP y posteriormente en discos compactos), así como en videojuegos.

El fenómeno de la piratería trae consigo repercusiones que perjudican a varios sectores industriales, en especial a los de la música, el cine, la ropa, el calzado, los perfumes, la joyería los libros, la TV de paga, las medicinas, y en esta época del año, aumenta la incidencia en juguetes y videojuegos. Pero la piratería perjudica también a la sociedad en general, porque devasta la planta productiva, lo cual genera desempleo. Por ejemplo, en el sector discográfico, se calcula que en 2005 se perdieron más de 25 mil empleos de manera directa. Además, según Fidel López García, director general del Instituto para la Protección Privada de la Propiedad Intelectual y el Comercio Legal (IPPIC, A.C.) la piratería y el contrabando generan una cultura de la ilegalidad que descompone el tejido social y menoscaba valores fundamentales, como el respeto a la ley y a los derechos de terceros.

Se trata también de un problema cultural. En opinión de Hilda Castro Castellanos, presidenta de la Asociación Alianza contra la Piratería: "En México, por ejemplo, quien se roba la luz y se lo dice al vecino, no es mal visto, es considerado hábil; así, ya estamos aceptando que la piratería está bien porque es más barata".

Y es que mucha gente cree que al comprar un disco, una película, un programa informático, una prenda de vestir, un perfume o cualquier artículo pirata a precios ínfimos, va a lograr un ahorro en su economía familiar, pero la verdad es que se trata de una reducción ficticia, pues los piratas pueden vender tan barato debido a que no hacen prácticamente ninguna inversión; en cambio, las industrias formales, como la discográfica, tienen que sustentar una estructura empresarial de empleados, artistas, escritores, diseñadores, gastos de operación, pagar impuestos y un largo etcétera.

Por ello, los derechos de autor que se otorgan, por ejemplo, al compositor de una canción, es su pago por haber invertido su esfuerzo en el desarrollo de una creación intelectual, y constituyen la vía más importante para fomentar la creatividad y sostener a las industrias relacionadas.

El virus de la piratería

Una reducción de tan sólo 10% de la piratería de software en México, podría añadir, entre 2006 y 2009, 27 mil millones de pesos a la economía, crear 7 mil nuevos puestos de trabajo, y provocar un crecimiento de más de 3 mil millones de pesos en recaudaciones tributarias, que podrían destinarse a mejorar y ampliar los servicios públicos.

En 2005, las pérdidas provocadas por la piratería en el sector de tecnologías de la información, ascendieron a más de 5,300 millones de pesos.
Al adquirir software pirata se corre el riesgo de que algún entrometido *spyware* (un tipo de programa malicioso que copia información de las computadoras), monitoree los datos del usuario de una computadora y los envíe a ciberdefraudadores.

Fuente *Estudio sobre piratería de software BSA* • www.bsa.org/mexico

Ropa deshilachada

- **5 de cada 10 prendas de vestir que se consumen en el país tienen un origen ilícito**, ya sea en el contrabando o la piratería, lo que ha generado una pérdida de 400 mil empleos, y un quebranto anual de casi 100 mil millones de pesos en la industria del vestido.
- **2 de cada 3 pares de tenis que se compran en México son pirata.**
- **6 de cada 10 pares de zapatos también lo son.**

Y a la gente parece no importarle que la ropa o los zapatos pirata con frecuencia tengan una vida útil pequeñísima...

Fuente Entrevista con Fidel López García, director general del IPPIC, A.C.

Tres de cada diez perfumes que se venden en el país provienen del mercado informal

Algo huele mal

La piratería de perfumes y lociones ha encontrado varias formas de diseminarse para llegar hasta el consumidor final. De acuerdo con la Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador (Canipec), tres de cada 10 perfumes que se venden en el país provienen del mercado informal.

Uno de los métodos más utilizados por los piratas consiste en el relleno de envases vacíos de perfumes originales, mismos que adquieren de los recolectores de basura, o bien, compran a las amas de casa.

Algunas recomendaciones para detectar si ese perfume que le ofrecen proviene de la piratería o del mercado legal, son las siguientes:

1) Cerciórese de que el número de folio que se encuentra en la base de la caja sea el mismo que también está inscrito en la base del frasco.

2) Si se trata de un perfume original, al oprimir el atomizador por primera vez, la fragancia no debe salir de inmediato, sino hasta después de presionar dos o tres veces, pues esto indica que no se ha usado previamente.

3) Los frascos de los perfumes originales no suelen estar llenos de la fragancia hasta el tope, sino que hay un margen de espacio entre el cuello de la botella y el atomizador; los piratas, en cambio, normalmente llenan la botella hasta su cupo máximo.

Fuentes Entrevistas con Antonio Olivas, presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador (Canipec) y con Mariana Balestrini, encargada de la tienda de perfumes Esencias Gresse.

No somos los únicos

El problema de la piratería no es exclusivo de México, por lo que existen varias instituciones, tanto a nivel internacional como nacional, que se dedican a combatirla y a tratar de preservar el estado de derecho en la materia. Así, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es una agencia de las Naciones Unidas que cuenta con 170 países miembros, cuya principal actividad es la administración de los convenios internacionales para proteger los derechos de autor.

De esta manera, la Declaración universal de los derechos humanos, en su artículo 27, señala: "Toda persona tiene derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le correspondan en razón de sus producciones científicas, literarias o artísticas de que sea autora"; asimismo, existen tratados internacionales como el Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas; el Convenio de Roma para la Protección de los Artistas, Intérpretes o Ejecutantes, Productores de Fonogramas y Organismos de Radiodifusión; el Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) sobre Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), así como la Convención Universal sobre Derecho de Autor y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte, entre otros.

México ha suscrito todos los acuerdos anteriores, y en marzo pasado, junto con Estados Unidos y Canadá, también firmó la Alianza para la Seguridad y la Prosperidad de América del Norte (ASPAN), que entre otras acciones, pretende unir esfuerzos con los países vecinos para combatir la piratería. Los principales compromisos de este acuerdo consisten en crear un sistema de información que permita evaluar el crecimiento o disminución de la piratería, sancionar con mayor eficacia a quienes incurran en la misma, revisar el marco legal para combatir este delito, actualizar la ley y aplicar políticas para consolidar el mercado interno.

Marco legal

En nuestro país, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es la autoridad del gobierno federal que, por un lado, resuelve sobre la concesión de patentes y marcas que otorga el Estado, y por otra parte, se encarga de proteger a los interesados contra la copia, la imitación y/o la competencia desleal. Las acciones del IMPI se sustentan en la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial. Asimismo, el Instituto Nacional de Derechos de Autor (Indautor), perteneciente a la Secretaría de Educación Pública, es la institución que protege las creaciones artísticas y culturales, con base en la Ley Federal del Derecho de Autor.

En términos generales, puede decirse que las invenciones que dan como resultado un nuevo producto o un procedimiento innovador de aplicación industrial, son el objeto del derecho de patentes, mientras que las obras literarias, artísticas y científicas, son el objeto del derecho de autor.

En la actualidad, la piratería se considera un delito grave que también sancionan la Ley Federal contra la Delincuencia Organizada y el Código Federal de Procedimientos Penales. El Código Federal de Procedimientos Civiles también la contempla, y es que los distribuidores de mercancía pirata cometen varios delitos, como violación a los derechos de propiedad industrial e intelectual, uso indebido y/o falsificación de marcas registradas, evasión fiscal, venta de productos ilícitos, y en el caso de medicamentos y bebidas alcohólicas, delitos contra la salud. Las penas para los vendedores de mercancía pirata -en el caso del software y la televisión de paga, también se contempla para los usuarios de los mismos-, van desde tres meses hasta 10 años de cárcel, y multas económicas que pueden llegar a los 10 mil días de salario mínimo (alrededor de 500 mil pesos). A decir de varios expertos, si bien el marco jurídico actual no es deficiente, se requieren medidas más severas para contrarrestar el fenómeno.

En este sentido, el 14 de diciembre de 2005, la Cámara de Diputados aprobó un dictamen en el que modifica diversas disposiciones a la Ley de Propiedad Industrial, al Código Penal, y a la Ley Federal del Derecho de Autor, entre las que destacan que el delito de piratería sea perseguido de oficio por las autoridades, y no a través de una querella como ocurre actualmente, lo cual permitiría que el Estado persiga a los piratas sin la necesidad de que exista denuncia de por medio.

Con los cambios legales planteados en el dictamen, el cual fue turnado el 15 de diciembre del año pasado a la Cámara de Senadores para su aprobación, también se impondrían sanciones administrativas a los consumidores que adquieran mercancía pirata, además de que éstos se verían obligados a compensar económicamente al titular de los derechos que fueran violados por el ilícito.

Para reducir la demanda de los productos ilegales, el dictamen también prevé una multa que va de uno a 100 días de salario mínimo para quien sea sorprendido comprando artículos pirata, y en caso de reincidencia, se haría acreedor, además de la multa, a un arresto administrativo hasta por 36 horas.

Un año después de que los diputados aprobaran estas medidas, el Senado es el que tiene la última palabra al respecto.

El combate a la piratería es un asunto de supervivencia económica y laboral para las familias mexicanas, pero también es una cuestión de ética. y moral.

No comprometamos el futuro

El mundo pirata se ha vuelto parte de la cotidianidad, pero es indispensable revertir esta tendencia, ya que continuar distribuyendo y comprando productos pirata hoy, equivale a comprometer el futuro de los más jóvenes, porque en un país donde proliferan el robo y la ilegalidad, no se necesitarían profesionistas, sino maleantes.

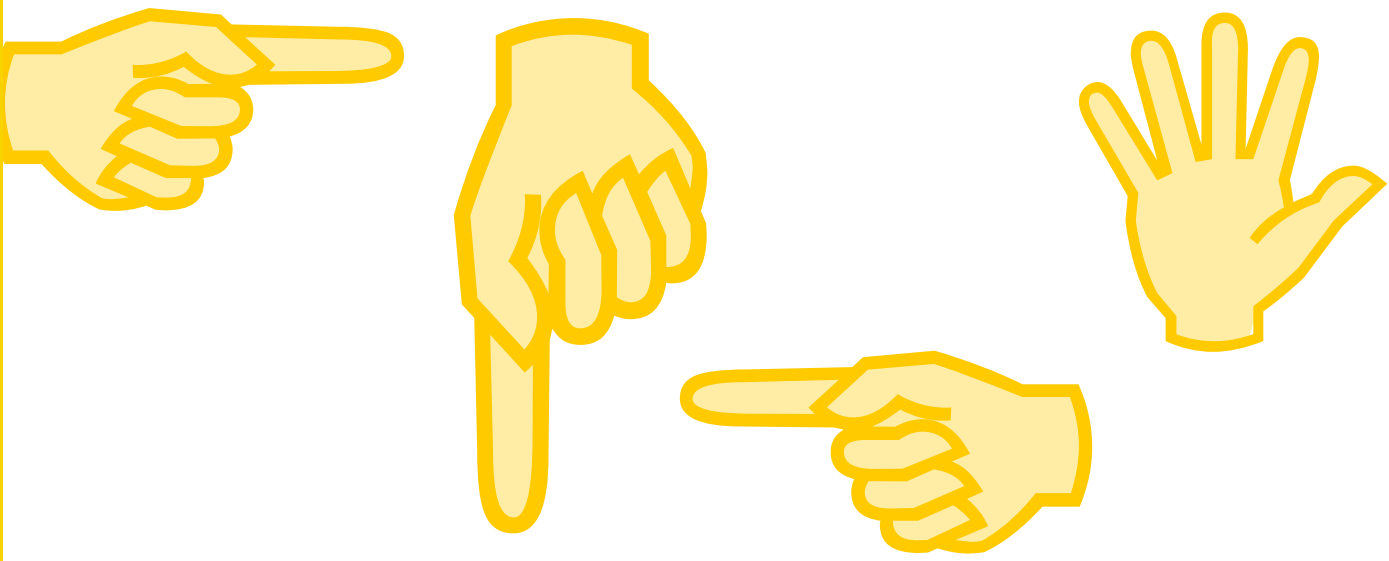
El combate a la piratería es un asunto de supervivencia económica y laboral para las familias mexicanas, pero también es una cuestión de ética y moral. Todos juntos tenemos que pensar en el tipo de valores y de nación que queremos heredarle a nuestros hijos: un país pirata, inmerso en la (in)cultura de la ilegalidad, o una nación auténtica, original, dinámica y creativa, con valores firmes y una economía sólida que pueda apuntalar las oportunidades de prosperidad para las nuevas generaciones que ya están aquí. Usted decide.

Fuentes Entrevistas con Kiyoshi Tsuru, director general en México de Business Software Alliance; Fidel López García, director general del Instituto para la Protección Privada de la Propiedad Intelectual y el Comercio Legal (IPPIC, A.C.); Hilda Castro Castellanos, presidenta de Alianza contra la Piratería, A.C.; Jorge Amigo, director del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; Fernando Hernández, director general de la Asociación Mexicana de Productoras de Fonogramas y Videogramas, A.C.; Carlos Aguilar Suárez, subprocurador de Investigación Especializada en Delitos Federales de la Procuraduría General de la República • www.impi.gob.mx, www.bsa.org/mexico, www.shcp.gob.mx, www.alfa-redi.org, www.tuobra.unam.mx, www.esemanal.com.mx, www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2006/bol19_pirata.asp

Foto Archivo

Casas de empeño

Costos estratosféricos



A diario, miles de mexicanos solicitan un crédito de 700 a 950 pesos, en promedio, en una de las casi 3 mil casas de empeño que hay en el país, dejando sus bienes en garantía. Pero ¿cuánto cuesta recurrir a este tipo de financiamiento? ¿Cuáles son los derechos del consumidor al utilizar estos servicios? ¿Son iguales todas las casas de empeño? Le decimos lo que necesita saber.

Por Faustino García

De acuerdo con la Asociación Nacional de Casas de Empeño (Anace), 85% de sus clientes no cuenta con acceso a la banca y, aunque el resto tiene tarjeta bancaria, está excedido en su crédito o posee un mal historial crediticio, por lo que necesita recurrir al empeño.

Las casas de empeño funcionan de una manera muy sencilla: prestan una cantidad de efectivo sobre el valor de una prenda, que el cliente recupera mediante el pago del capital más el costo del préstamo en el plazo acordado. En caso de que el propietario de la prenda (denominado pignorante) no cumpla con el pago o refrende su préstamo, el artículo empeñado se pone a la venta.

Según estimaciones del sector, este mercado vale 25 mil millones de pesos anuales, y en él participan instituciones de asistencia privada (IAP) y empresas tanto nacionales como extranjeras que ofrecen crédito con garantía prendaria (alhajas, electrodomésticos, electrónicos, entre otros) o automotriz.

Instituciones de asistencia privada (IAP). Las tres principales y más antiguas son el Nacional Monte de Piedad (NMP), el Montepío Luz Saviñón y la Fundación Rafael Dondé, que juntas suman 356 sucursales en el país, regidas por las leyes estatales de instituciones de asistencia privada.

En las 140 sucursales del NMP anualmente se realizan 19 millones de préstamos por 900 pesos en promedio cada uno, en los cuales sólo 5% de los consumidores no recupera sus artículos empeñados. Por lo que respecta al plazo, el NMP estipula meses completos, sin especificar el día de vencimiento.

La tasa de interés que cobran las IAP es menor que el de las demás casas de empeño, y las utilidades que obtienen se donan a diversas fundaciones de asistencia.

Empresas. En la década de los 90, grupos de inversionistas incursionaron en el negocio prendario como una alternativa de financiamiento para quienes no eran atendidos por el sistema bancario, lo que ha originado el surgimiento de más de 2,500 negocios de este tipo en todo el país.

Estas casas de empeño generan utilidades con los intereses que cobran y la mayoría son empresas constituidas como sociedades anónimas o bajo el régimen de pequeños contribuyentes (Repecos), así que deben pagar tanto Impuesto Sobre la Renta (ISR) como IVA, lo que incide en el costo final de los préstamos.

Cerca de mil sucursales operan como franquicias y aunque hay casas de empeño en todos los estados, un 30% se concentra en entidades bancarizadas, como el Distrito Federal,

Nuevo León, Veracruz y Quintana Roo. Algunos establecimientos también venden joyería nueva, cambian divisas y otorgan préstamos personales.

En el país existen además casas de empeño de origen estadunidense, como First Cash (con 152 sucursales en ocho estados) y Mister Money (con sede en Querétaro y 19 sucursales en cinco estados de la República). Ambas reciben en prenda todo tipo de aparatos y venden la mercancía no recuperada de contado o bajo el sistema de apartado.

La ruta del empeño

Para obtener un préstamo de este tipo se requiere una prenda a empeñar y una identificación oficial (en el caso del NMP, sólo cuando el valor de la prenda sobrepasa la cantidad de mil pesos). El solicitante del préstamo recibe en forma inmediata una suma de dinero en efectivo a cambio de dejar en depósito y como garantía la prenda de su propiedad.

El personal de la casa de empeño valúa la prenda, informa sobre el monto del préstamo (desde 30% hasta 80% del avalúo), firma un contrato y entrega el efectivo, la boleta de empeño y una copia del contrato al consumidor, la cual incluye la descripción de la prenda depositada y las condiciones para su recuperación (plazo e importe a pagar). De inicio a fin, este trámite dura entre 10 y 30 minutos, dependiendo de la afluencia de clientes.

El monto de los intereses se calcula sobre periodos vencidos, nunca por anticipado. De acuerdo con la Anace, sus asociados cuentan con un seguro global contra robo o cualquier percance que le pueda suceder a las prendas en custodia, las cuales deben almacenar en una bóveda. Ambos conceptos (seguro y almacenaje) generan un costo adicional que se debe estipular en el contrato, cuyo nombre técnico es contrato de mutuo con interés y garantía prendaria.

Para recuperar la prenda depositada en garantía, el consumidor debe acudir con el importe total a pagar, de preferencia uno o dos días hábiles antes del plazo establecido, con el fin de evitar que la prenda se ponga en venta. En caso de que no se cuente con el efectivo para hacer el pago total (importe del préstamo, intereses, seguro, almacenaje, IVA), se puede recurrir al refrendo, es decir, ampliar el plazo pagando los costos del periodo ya vencido.

Si no se liquida el préstamo en el plazo establecido o se paga el refrendo, el establecimiento vende la prenda y descuenta del monto de la venta el préstamo, intereses, seguro y almacenaje, así como los gastos de operación. El remanente se conoce como demasía y se entrega al cliente, quien para cobrarlo debe presentar una identificación, la boleta y el contrato.

Foto Archivo

De valuadores y avalúos

- **El NMP cuenta con su propio Instituto de Valuadores,** en el cual se forman peritos certificados en la materia, capacitados práctica y académicamente para apreciar metales preciosos, joyas, gemas, relojes, alhajas, obras de arte, casas, línea blanca y automóviles, entre otras categorías.
- **Por su parte, Morton Hall cuenta con valuadores especializados en cada una de las áreas que atiende.** El servicio de valuación no se cobra y cuando se trata de piezas de arte es necesario dejar la prenda al menos una semana para confirmar su autenticidad.
- **El avalúo de vehículos se basa en las guías de precios que usan las aseguradoras para pagar las coberturas de sus pólizas;** se tienen en cuenta la antigüedad, marca y modelo de la unidad.

Las instituciones de asistencia privada (IAP) cobran una tasa de interés simple de 24% anual, mientras las casas de empeño privadas prestan a una tasa de entre 36% y 276% anual. En ambos casos se deben añadir los costos de almacenaje, seguro e impuestos.

Tradicionalmente el plazo en este tipo de operaciones es de cino meses en las IAP y de tres meses en las demás casas de empeño. Una modalidad que está tomando auge es el esquema de una a cuatro semanas, lo que, según la Anace, disminuye los intereses y facilita la recuperación de las prendas, como resultado de la reducción del plazo. Sin embargo, este esquema eleva considerablemente el costo anual total (CAT).

La mayoría de las casas de empeño ofrece refrendos ilimitados, lo que reduce la pérdida de prendas o cartera vencida (aunque a veces los consumidores acaban pagando varias veces el valor de su prenda), y algunas permiten hacer pagos anticipados e, incluso, recuperar la prenda antes del plazo pactado en el contrato.

Sus derechos en casas de empeño

El 6 de junio de 2006 se publicó en el Diario Oficial de la Federación la reforma que adiciona el artículo 65 bis a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), donde se regula la operación de las casas de empeño y se hace competente a Profeco para intervenir en asuntos relacionados con este tipo de operaciones.

Entre los puntos más importantes de este nuevo artículo se encuentra la obligación que tienen los proveedores (personas físicas o morales) que no estén regulados por las leyes financieras y que realicen de forma habitual o profesional contrataciones u operaciones de mutuo con interés y garantía prendaria, de registrar sus modelos de contratos de adhesión ante Profeco seis meses después de que se publique la Norma Oficial Mexicana (NOM) correspondiente.

Esto significa que todas las casas de empeño deberán presentar sus contratos ante Profeco antes de utilizarlos, para que la institución revise que se ajusten a las disposiciones de la LFPC y la NOM correspondiente. En este sentido, hasta en tanto no se emita la NOM de casas de empeño, la revisión de los contratos de mutuo con interés y garantía prendaria que realiza Profeco es voluntaria para los proveedores y se limita a verificar que éstos no contengan prestaciones desproporcionadas a cargo de los consumidores, obligaciones inequitativas o abusivas, o cualquier otra cláusula o texto que viole las disposiciones de la LFPC, como por ejemplo, no entregar la prenda cuando ya se liquidó el préstamo y los demás costos. Es importante aclarar que Profeco no fija la tasa de interés.

Las nuevas disposiciones de la LFPC también obligan a las casas de empeño a transparentar sus operaciones, mediante la publicación permanente y visible en sus establecimientos de los términos y condiciones de los contratos de adhesión y la tasa de interés anualizada que se cobrará sobre saldos insolutos y todos los costos asociados a la operación.

La transparencia busca incrementar la competencia. Por tal motivo, es importante denunciar ante Profeco cualquier incumplimiento a las disposiciones de este artículo, en el Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto del país.

Empeñados en prestar, pero no en informar

Para saber cómo operan estos establecimientos, del 18 al 23 de octubre de este año, personal de Profeco visitó como consumidor 64 casas de empeño en Monterrey, Ciudad de México y el área metropolitana.

A pesar de que las nuevas disposiciones de la LFPC entraron en vigor en septiembre de 2006, en el sondeo sólo 24 casas informaron cuál era la tasa de interés mensual (el resto mencionó como tasa de interés el costo total, que incluye almacenaje y seguro); únicamente 10 tienen a la vista los

¡Cuidado con los prestamistas!

En los centros de trabajo hay personas que prestan dinero con una tasa de interés mensual de entre 10% y 15% por anticipado (aunque puede ser de hasta 30%), por préstamos de 5 mil a 20 mil pesos. Incluso en lugares como las centrales de abastos, donde la demanda de liquidez es alta, se presta sobre la compra de mercancía.

También existen ofertas de dinero inmediato que se publicitan en periódicos, desde préstamos personales por 10 mil pesos, hipotecarios por 50 mil y hasta tarjetas bancarias por 90 mil. El interesado llama a un celular donde primero debe proporcionar todo tipo de información personal y financiera, antes de que le aclaren que los intereses que tendrá que pagar son por anticipado y más altos que los bancarios, para finalmente obtener una cita donde se evalúa si es sujeto de crédito.

Generalmente, estos prestamistas solicitan la firma de títulos de crédito (letras de cambio o pagarés) como garantía por el préstamo.

Si usted recurre a un prestamista, tenga mucho cuidado con los documentos que le pida firmar, éstos deben estar totalmente llenos, revise la tasa de interés que se le cobra, así como la fecha en que debe pagar.

términos y condiciones del contrato y apenas 11 informaron la tasa de interés en cartel o pizarra.

En estas visitas también se obtuvieron volantes de las diferentes casas de empeño, los cuales mencionan las prendas que reciben, describen los servicios y plazos, pero no hacen referencia a la tasa de interés ni al costo total del servicio.

Como referencia, en las tablas incluidas en este artículo se muestran las principales diferencias que se pueden encontrar en este mercado. Para consultar la lista completa con todos los establecimientos visitados y sus costos visite nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx.

A la hora de empeñar...

Aunque el dinero más caro es el que no se tiene, tenga cuidado con los empeños y siga estas sugerencias:

- Antes de recurrir al empeño analice otras alternativas, como préstamos familiares o anticipos de nómina.
- El costo total, que incluye intereses, seguro y almacenaje, varía de una a otra casa de empeño. Compare al menos en tres establecimientos.
- El valuador debe informarle el monto del préstamo que le otorgarán por

¿Cómo empeñamos?

Según las encuestas "Control de ingreso personal" y "Búsqueda de empleo", elaboradas por Profeco en marzo y mayo de este año, respectivamente, el empeño y los prestamistas son la segunda fuente de financiamiento para solventar deudas inmediatas, después de los préstamos entre familiares.

Según una encuesta realizada, en octubre pasado por Profeco a 972 usuarios de casas de empeño en el Distrito Federal y área metropolitana, las alhajas son el primer bien a empeñar y el destino del préstamo es principalmente para pagar deudas, cubrir gastos de educación y alimentación.

A continuación le mostramos los resultados más relevantes de esta encuesta; el resto puede consultarse en la opción "Encuestas y sondeos" del menú "Consumidores" de www.profeco.gob.mx.

¿Qué empeñamos?
Alhajas **71.5%**
Aparatos eléctricos **24%**
Vehículos **1%**
Arte **0.8%**
Otro **2.5%**
Prefirió no decir **0.2%**

Destino del préstamo
Deudas **23%**
Educación de los hijos **19%**
Alimentos **17%**
Salud **16%**
Vivienda **16%**
Diversión **7%**
Otros (gastos funerarios, ropa) **2%**

Leemos los contratos?
Sí **33%**
No **53%**
No recuerda **14%**

Del total de encuestados sólo 8% ha tenido problemas con la casa de empeño, entre los que se encuentran:
Cobros extra **25%**
Deterioro de la prenda **21%**
Extravío de la prenda **12%**
Extravío de la boleta **12%**
Venta de la prenda antes del vencimiento **10%**
Intereses altos **5%**
Negativa a entregar demasía **5%**
Cerró el local **1%**
Otro **9%**

La venta

La mayoría de los establecimientos cuentan con un área asignada para exhibir y vender la mercancía no reclamada.

Aunque no hay cambios ni devoluciones, en el caso de herramientas, aparatos electrónicos o electrodomésticos, los compradores tienen la posibilidad de probar las prendas para verificar que el artículo funciona correctamente.

Estas ventas son una buena oportunidad para comprar objetos de valor a menor precio. Por ejemplo, en las salas de venta del NMP puede encontrar relojes, alhajas, televisores, muebles y hasta artículos de colección, mientras que en la casa de subastas Louis C. Morton (de la casa de empeño Morton Hall) hay piezas de arte y antigüedades.

Fotos Archivo

Costos de las casas de empeño en la Ciudad de México y área metropolitana

Nombre comercial	Contrato a la vista	Registro del contrato ante Profeco	Cartel con la tasa de interés	Prendas que reciben	Tasa de interés simple anual (1)	Duración del contrato	Refrendo (2)	Abonos	Costo Anual Total CAT (3)
Mister Money (Naucalpan)	No	Sí	Sí	Todo menos celulares, relojes y herramientas industriales	ND	1 mes			362%
Prenda Fácil (Tlalnepantla)	Sí	Sí	Sí	Alhajas de oro y relojes suizos	60%	3 meses			300%
Prendalana (Cuajimalpa)	Sí	Sí	No	Alhajas y relojes de oro	36%	3 meses	Ilimitados		261%
Prendamex (Nezahualcóyotl)	Sí	Sí	No	Alhajas de oro amarillo	36%	3 meses	Ilimitados		261%
Prendamex (Iztapalapa)	No	Sí	No	Alhajas de oro	36%	3 meses	Ilimitados		238%
Central de Empeños (Coyoacán)	No	Sí	Sí	Alhajas, diamantes y relojes	36%	3 meses			227%
Dinero al Instante (Miguel Hidalgo)	No	Sí	No	Alhajas	42%	3 meses			227%
Dinero Fácil (Azcapotzalco)	No	No	No	Alhajas de oro amarillo, plata con diamantes y relojes	ND	3 meses			227%
El Prestamito (Gustavo A. Madero)	No	No	Sí	Alhajas de oro amarillo y relojes con oro	36%	3 meses			227%
Fin Fácil (Iztapalapa)	No	Sí	Sí	Alhajas de oro amarillo y relojes suizos	48%	3 meses			227%
Monte de la República (Cuauhtémoc)	No	Sí	Sí	Alhajas de oro y electrodomésticos (2006), excepto PC, PDA y videocaseteras	36%	3 meses	Ilimitados	Sí	227%
Monte de la República (Iztapalapa)	No	Sí	Sí	Alhajas	36%	3 meses	Ilimitados	Sí	227%
Monte de México (Coyoacán)	No	Sí	Sí	Alhajas de oro amarillo y relojes suizos	ND	3 meses			227%
Monte Prendario (Coyoacán)	No	Sí	No	Alhajas de oro amarillo y aparatos electrónicos	36%	3 meses			227%
Monte providencia (Iztapalapa)	No	Sí	Sí	Alhajas de oro amarillo	36%	3 meses	Ilimitados	Sí	227%
Prenda México (Naucalpan)	Sí	Sí	Sí	Alhajas de oro amarillo	36%	3 meses			227%
Prenda Real Casas Alemán (Gustavo A. Madero)	Sí	Sí	Sí	Alhajas de oro	24%	3 meses	Ilimitados		227%
Prendamax (Ecatepec)	No	No	No	Alhajas de oro	36%	3 meses			227%
Prendamex (Benito Juárez)	Sí	Sí	Sí	Alhajas de oro amarillo	36%	3 meses	Ilimitados		227%
Sociedad Nacional de Empeño (Naucalpan)	No	Sí	No	Alhajas de oro amarillo, relojes suizos y electrónicos (2004)	36%	3 meses			227%
Nacional de Empeño Satélite (Naucalpan)	No	Sí	Sí	Alhajas de oro amarillo y relojes suizos	36%	3 meses			211%

Fotos José Rodríguez

El monto del préstamo va de 30% a 80% del valor de la prenda, dependiendo del establecimiento y en ocasiones hasta del valuador. Por lo general, cada casa de empeño capacita a sus propios valuadores.

Costos de las casas de empeño en la Ciudad de México y área metropolitana (continuación)

Nombre comercial	Contrato a la vista	Registro del contrato ante Profeco	Cartel con la tasa de interés	Prendas que reciben	Tasa de interés simple anual (1)	Duración del contrato	Refrendo (2)	Abonos	Costo Anual Total CAT (3)
Prendacom (Iztapalapa)	No	Sí	No	Alhajas de oro amarillo	36%	3 meses			211%
Serviprenda (Coyoacán)	Sí	Sí	No	Alhajas de oro amarillo y relojes suizos	ND	3 meses			211%
El Diamante (Cd. Nezahualcóyotl)	Sí	Sí	No	Alhajas de oro y relojes suizos	ND	3 meses			195%
Grupo Prendario Mexicano (Coyoacán)	No	Sí	No	Alhajas de oro	ND	3 meses			195%
Internacional de Empeños (Cuauhtémoc)	No	Sí	No	Alhajas de oro amarillo, brillantes y relojes finos	36%	3 meses			195%
Monte de Oaxaca (Naucalpan)	No	No	No	Alhajas de oro amarillo, electrónicos y cómputo	ND	3 meses			195%
Emprenda (Azcapotzalco)	No	No	No	Alhajas de oro y relojes de marca	ND	1 mes			165%
Monte Palma (Coyoacán)	No	Sí	No	Alhajas de oro amarillo, diamantes y relojes finos	36%	3 meses			165%
Sistema Prendario y Comercial (Cuauhtémoc)	No	Sí	No	Alhajas de oro y electrodomésticos	ND	3 meses			165%
Morton Hall (Miguel Hidalgo)	Sí	Sí	Sí	Oro, plata, arte, pintura y antigüedades	42%	3 meses			138%
Fundación Dondé, IAP (Cuauhtémoc)	No	Sí*	No	Alhajas de oro (amarillo o blanco) y relojes suizos o de oro	24%	5 meses			105%
Montepío Luz Saviñón, IAP (Benito Juárez)	No	Sí*	No	Alhajas de oro amarillo, oro blanco con diamantes, relojes suizos o de oro, electrónicos y electrodomésticos	24%	3 meses nominales			92%
Nacional Monte de Piedad, IAP (Cuauhtémoc)	Sí	Sí*	Sí	Alhajas y relojes, varios, arte y antigüedades	24%	5 meses nominales	3		55%

ND = No disponible. El establecimiento no proporcionó la tasa de interés, sino el costo mensual.
(1) Se calculó con base en la tasa de interés mensual simple que proporcionaron los establecimientos.
(2) Renovación pagando los intereses, costos de almacenaje, seguro e IVA del periodo.
(3) Se calculó con base en el costo mensual proporcionado por las casas de empeño visitadas.
***Aunque las IAP no están obligadas a registrar sus contratos ante Profeco, porque son reguladas por leyes estatales, éstas lo hacen de manera voluntaria.
Fuente Información recopilada en los establecimientos, del 18 al 23 de octubre de 2006. Dirección General de Estudios sobre Consumo, **Profeco**.

Costos de las casas de empeño en Monterrey, N.L.

Nombre comercial	Contrato a la vista	Registro del contrato ante Profeco	Cartel con la tasa de interés	Prendas que reciben	Tasa de interés simple anual (1)	Duración del contrato	Refrendo (2)	Abonos	Costo Anual Total CAT (3)
First Cash Madero (Monterrey, NL)	No	Sí	No	Joyería, electrónicos, instrumentos musicales y herramientas	ND	1 mes	Ilimitados		1099%
Prestalana (Monterrey, NL)	No	No	No	Alhajas de oro, aparatos electrónicos y electrodomésticos	ND	1 mes	Ilimitados		792%
Regiopréstamos (Monterrey, NL)	No	No	No	Alhajas de oro, aparatos electrónicos y electrodomésticos	ND	1 mes	Ilimitados		792%
J.J. Cash Marco (Monterrey, NL)	No	No	No	Alhajas de oro, aparatos electrónicos y electrodomésticos	ND	1 mes	Ilimitados		792%
Préstamos Reforma (Monterrey, NL)	No	No	No	Alhajas de oro y aparatos electrónicos y electrodomésticos	ND	1 mes	Ilimitados		435%

ND = No disponible. El establecimiento no proporcionó la tasa de interés, sino el costo mensual.
(1) Se calculó con base en la tasa de interés mensual simple que proporcionaron los establecimientos.
(2) Renovación pagando los intereses, costos de almacenaje, seguro e IVA del periodo.
(3) Se calculó con base en el costo mensual proporcionado por las casas de empeño visitadas.
Fuente Información recopilada en los establecimientos, del 18 al 23 de octubre de 2006. Dirección General de Estudios sobre Consumo, **Profeco**.

Foto José Rodríguez

Hasta agosto de 2006, había 541 modelos de contratos de adhesión registrados ante Profeco en materia de mutuo con interés y garantía prendaria.

su prenda, para que usted decida si desea tomarlo. Evite los lugares donde, en vez de darle esta información, le pregunten cuánto espera recibir por su prenda.

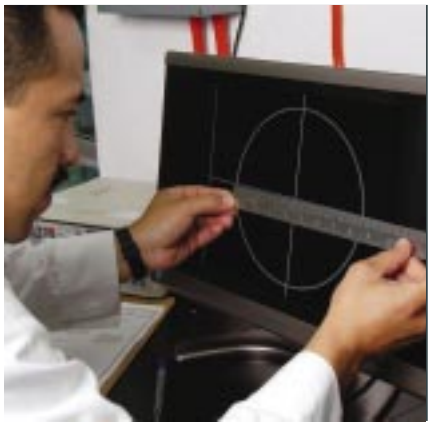
- Antes de dejar su prenda, pregunte por el costo mensual y anual, el periodo del empeño y los refrendos.
- Acuda con una identificación oficial y revise si el contrato es nominativo, es decir, que sólo el titular pueda presentarse a desempeñar la prenda.
- Lea el contrato; si no lo entiende pida que se lo expliquen.
- Revise que el cobro de intereses sea sobre los días que usó el préstamo.
- Cerciórese de que al reverso de la boleta de empeño esté detallado el contrato; es el único comprobante para recuperar la prenda al liquidar el empeño.
- Conserve la boleta de empeño en buen estado, ya que es nula si tiene enmendaduras, borraduras o raspaduras.
- Realice los pagos puntualmente para no perder su prenda.
- Recuerde que en caso de que vendan su prenda, deben pagarle el remanente.

Fuentes Entrevistas con el Lic. José Manuel Adame Mier, presidente de la Asociación Nacional de Casas de Empeño; Lic. Gustavo Méndez Tapia, vocero institucional del Nacional Monte de Piedad; Lic. Christian Rueda, gerente de Franquicias de Prendamex; Lic. Luis López Morton, de Morton Hall, casa de empeño; Lic. María de los Ángeles Jasso Cisneros, directora general de Contratos de Adhesión, Registros y Autofinanciamiento, Profeco • Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco.

Televisores chicos

Pantalla plana, convencionales y LCD

Si desea un televisor para la cocina, la oficina o cualquier sitio donde el espacio es poco, la respuesta puede estar en alguno de los televisores chicos (entre 14" y 17") que ofrece el mercado con calidades similares, pero precios que van de menos de mil pesos hasta casi 9 mil.



Fotos José Rodríguez

Igual que los modelos de mayor tamaño, los televisores chicos pueden ser de pantalla plana y convencionales (ambos usan un cinescopio por pantalla), que son comparables entre sí, tanto en precio como en atributos; o con pantalla LCD (cristal líquido) y una mayor cantidad de atributos, a un costo accesible, aunque mayor.

Es importante señalar que los televisores chicos ofrecen en general una calidad de audio modesta respecto de sus hermanos mayores. Si quiere un televisor de mayor tamaño puede consultar los estudios publicados en diciembre del 2005 (televisores de 29") y abril del 2006 (televisores medianos de pantalla plana y LCD).

El estudio

Se analizaron 18 modelos de 12 marcas de televisores chicos: seis de pantalla LCD y 12 convencionales o de pantalla plana. Cada modelo se sometió las siguientes pruebas

Se evaluaron dos aspectos centrales para la calidad del video: fidelidad de color y calidad de imagen.

Calidad de video. Se evaluaron dos aspectos centrales para la calidad del video: fidelidad de color y calidad de imagen. Por fidelidad de color se entiende qué tan bien reproduce el aparato los colores de una señal de TV y los de una película grabada en DVD; para evaluarla se midieron los parámetros que definen el color en un televisor: croma (cantidad de color), luminancia (brillo) y fase (color). En cuanto a la calidad de imagen, se analizó en qué medida las proporciones de los objetos o personas televisadas presentan deformaciones notables que los hacen parecer achatados o alargados; se inspeccionó también que cada punto en la pantalla que interviene en la formación de la imagen se reproduzca correctamente. Para los televisores LCD se analizaron, además, aspectos como la presencia o no de un halo azuloso en toda la pantalla (muy perceptible en escenas oscuras) y su capacidad de desplegar correctamente los negros de una imagen, ya que por su tecnología la mayoría de las pantallas LCD sólo logran desplegar grises muy oscuros.

Calidad de audio. Se determinó la distorsión del audio en cada bocina del televisor, así como su capacidad para reproducir con buen nivel todas las frecuencias audibles para el oído humano.

Sensibilidad de antena. Se evaluó la capacidad de cada televisor para reproducir aceptablemente señales débiles de TV recibidas por antena aérea. Todos son competentes.

Información al consumidor. Todos los equipos debían incluir un instructivo de uso. Se verificó además que la etiqueta informara sobre el tipo de producto, marca, modelo y características de alimentación eléctrica. Las garantías debían estar en español e indicar sus alcances y restricciones. Todos los modelos informan correctamente.

Atributos. La tabla proporciona información sobre las funciones y atributos relevantes de cada televisor.

Glosario

Ajuste automático de volumen (AVL)
Compensa el nivel del volumen para que el sonido no aumente o baje demasiado entre programas y comerciales o al cambiar de canal.

Bloqueo de canales (autolock, V-chip o control paterno)
Función que permite restringir el acceso a canales cuyos programas contengan lenguaje ofensivo, violencia, sexo, etc.

Entrada de antena por cable coaxial (RF)
Es la más común para conectar la señal proveniente de la antena o servicio de cable al televisor. Respecto a las otras entradas, es la más modesta en cuanto a la calidad de la señal de TV.

Entrada de audio/video RCA
Consta de tres conectores: un conector amarillo para el video (video compuesto) y dos para el audio estéreo (colores rojo y blanco). Es la entrada más común para conectarle a su televisor un reproductor DVD o una videocámara.

Entrada de súper video (S-video)
Entrada de video que ofrece una mejor calidad respecto a la entrada de video RCA. La mayoría de los reproductores DVD pueden conectarse a su televisor por esta entrada.

Entrada de video por componentes (Y, P_B, P_R)
Entrada de video mejorada que se realiza a través de un cable con tres conectores (Y, P_B, P_R). Algunos reproductores de DVD tienen este tipo de salida.

Formato estándar
Es el formato más común (casi cuadrado) de la pantalla de un televisor, también es conocido como formato 4:3.

Formato ancho (*wide screen*)
La pantalla tiene un formato de pantalla de cine (16:9).

Imagen sobre imagen (*picture in picture*)
Permite ver en pantalla completa un canal de televisión y en un pequeño recuadro otro canal o señal de video.

Programa de audio separado (SAP)
Permite escuchar el audio original del programa antes de su doblaje al español o el doblaje a un idioma extranjero (en los programas de TV que lo proporcionen).

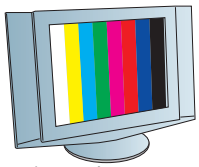
Subtitulación (*closed caption*)
Permite visualizar en pantalla mensajes escritos que vienen en la transmisión de TV; normalmente estos mensajes son subtítulos del diálogo o voz que se escucha en la transmisión.

Televisión de alta definición (HDTV)
Es un nuevo estándar que establece las características de la nueva televisión digital (DTV), misma que ofrece una calidad de imagen superior respecto a la televisión actual o estándar.

Sobre la evaluación

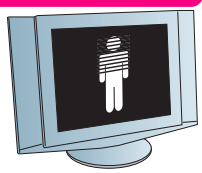
Al evaluar los televisores se usaron criterios como los siguientes:

Color



Un modelo calificado como Excelente reproduce los colores fielmente sin que se saturen (apariencia demasiado intensa). Muy bueno implica que el televisor tiende a saturar ligeramente los tonos cálidos (naranjas y rojos) y el color magenta no se reproduce fielmente; Bueno significa que colores como el magenta y el amarillo no sean muy fieles (sin que se considere grave, también tienden a saturar los colores cálidos).

Imagen



En el caso de los televisores convencionales y de pantalla plana, **la calificación de Excelente significa que las deformaciones de la imagen en la pantalla son mínimas**; y Muy bueno, que la deformación es mayor (en especial en las esquinas) sin llegar a ser grave. Para las pantallas LCD, Excelente significa que el ángulo de visión de la pantalla es amplio y reproduce muy bien los negros; Muy bueno, que los negros se perciben ligeramente azulosos o grisáceos; Bueno que, además, el televisor presenta un ángulo de visión menor porque el brillo azuloso en toda la pantalla (sobre todo en imágenes oscuras) evita que la imagen se vea correctamente, si se le mira de lado.

Audio

Excelente significa que el equipo puede reproducir un rango más amplio de sonidos audibles con distorsión aceptable para el nivel de volumen que pueden generar los televisores chicos; Muy bueno implica un rango menor y una moderada distorsión de los sonidos reproducidos; por su parte, Bueno significa que el sonido reproducido está aún más limitado y con distorsión apreciable a niveles de volumen alto, sin que llegue a ser grave.

Televisores chicos de pantalla plana y convencional

Marca / Modelo / País de origen	Tamaño / Tipo de audio / Garantía (años)	Video		Audio	Evaluación global	Ciudad de México	
		Color	Imagen			Precio mínimo o único	Tienda
Samsung* / CL-17M2MQ / Corea	17" / Estéreo / 2	E	E	MB	**E**	1.876	Wal-Mart
Sansui / TVM1316F / Tailandia	13" / Monoaural / 1	E	E	MB	**E**	1.195	Chedraui
TCL / MT-14V27 / China	14" / Estéreo / 1	E	E	MB	**E**	1.399	Radio Shack
LG* / RP-15FD15 / México	15" / Estéreo / 3	E	MB	MB	**MB**	1.495	Sam´s Club
Panasonic / CT-G1460M / México	14" / Monoaural / 2	MB	E	MB	**MB**	1.558,08	Mega Audio
Philco / PH1470 / México	14" / Monoaural / 1	MB	E	MB	**MB**	995	Chedraui
RCA / MR-14V001 / México	14" / Estéreo / 1	E	MB	MB	**MB**		
Sharp / 14MR10 / México	14" / Monoaural / 2	MB	E	MB	**MB**	1.195	Audio Mundo
TCL* / MT-15TF08 / México	15" / Estéreo / 1	MB	E	MB	**MB**	1.429	Gigante
Toshiba / 14AR26 / México	14" / Monoaural / 1	MB	E	MB	**MB**	1.164,48	Mega Audio
Mitsui / MTV1401 / México	14" / Monoaural / 1	MB	E	B	**B**	994	Bodega Aurrerá
Tosaki / EKTVM14 / México	14" / Monoaural / 1	MB	E	B	**B**	1.299	Elektra y Mega Elektra

Televisores chicos de pantalla LCD

Marca / Modelo / País de origen	Tamaño / Garantía (años)	Video		Audio	Evaluación global	Ciudad de México	
		Color	Imagen			Precio mínimo o único ($)	Tienda
LG** KP-17LZ21 / México	17" / 3	E	E	E	**E**	8.799	Costco
Samsung LN15S51BP / Corea	15" / 2	E	E	E	**E**	5.967	Hermanos Vázquez
Sharp LC15B9US / México	15" / 1	E	E	E	**E**	6.399	Liverpool
LG RM-15LA70 / México	15" / 3	MB	E	MB	**MB**	4.560	Mega Audio
Philips 15PF5120 / 28 / China	15" / 1	MB	MB	MB	**MB**	5.799	Coppel
TCL** LCD-17VN / China+	17" / 1	MB	B	B	**B**		

Todos los modelos de pantalla LCD ofrecen sonido estéreo
* Este modelo es de pantalla plana
** Pantalla ancha (*wide screen*)

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien

Quién es Quién en los precios

Precios mínimos y máximos de televisores chicos de pantalla plana, convencional y LCD en tres ciudades

(Precios recabados del 25 de septiembre al 6 de octubre de 2006)

		Villahermosa				Morelia			
		Precio mínimo o único ($)	Tienda	Precio máximo ($)	Tienda	Precio mínimo o único ($)	Tienda	Precio máximo ($)	Tienda
2.199	Liverpool	2.199	Fábricas de Francia			2.149	Sears		
1.990	El Palacio de Hierro	1.547	Bodega Aurrerá	1.899	Coppel	1.829	Sears	1.899	Coppel
1.899	Coppel	1.599	Famsa	1.899	Coppel	1.599	Famsa	1.899	Coppel
1.249	Gigante	1.199	Super Maz						
						1.280	Muebles del Ángel		
1.922,82	IMSS	1.299	Famsa	1.499	Coppel	1.299	Famsa	1.499	Coppel
1.575	El Rey de Corregidora								
1.399	Coppel	1.299	Famsa			1.249	Gigante	1.399	Coppel
999	Wal-Mart	994	Bodega Aurrerá			994	Bodega Aurrerá		
		1.299	Elektra			1.299	Salinas y Rocha		

		Villahermosa				Morelia			
Precio máximo ($)	Tienda	Precio mínimo o único ($)	Tienda	Precio máximo ($)	Tienda	Precio mínimo o único ($)	Tienda	Precio máximo ($)	Tienda
14.199	Sanborns	10.399	Liverpool			10.399	Sears		
6.990	El Palacio de Hierro								
		6.399	Fábricas de Francia y Liverpool						
9.999	Sanborns	5.299	Famsa	5.999	Coppel	5.296	Wal-Mart	7.499	Sears

* No se encontró el producto en las tiendas visitadas para la recopilación de precios.

Nota: La dirección de los establecimientos que se muestran en el cuadro, así como los precios recopilados en otras 20 ciudades, la encontrará en nuestra página en internet: www.profeco.gob.mx, llamando al 5625-6700 ext. 1621 o vía correo a quienesquien@profeco.gob.mx.

Normatividad y métodos de prueba

- NOM-001-SCFI-1993. Aparatos electrónicos. Aparatos electrónicos de uso doméstico alimentados por diferentes fuentes de energía eléctrica. Requisitos de seguridad y métodos de prueba para la aprobación de tipo.
- NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
- NOM-008-SCFI-2002. Sistema General de Unidades de Medida.
- NMX-I-031-NYCE-2002. Electrónica. Audio y video. Pantallas de televisión y monitores. Método de medición del área visible.
- NMX-I-036-NYCE-2002. Requisitos generales de cinescopios para televisión monocromática.
- NMX-I-069-NYCE-2002. Condiciones generales de prueba empleadas en receptores monocromáticos de la banda comercial.
- CI-DIFT-70. Metodología desarrollada por el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor.

Ficha técnica

Periodo del muestreo: 14 de agosto al 25 de septiembre del 2006
Realización del estudio: 1 de agosto al 3 de octubre del 2006
Marcas / Modelos analizados: 12 / 18
Pruebas / Ensayos realizados: 126 / 1998

Atributos de televisores chicos de pantalla plana y convencional

	Varios					Conexiones					
Marca / Modelo	**a1**	**a2**	**a3**	**a4**	**a5**	**b1**	**b2**	**b3**	**b4**	**b5**	**b6**
Samsung / CL-17M2MQ	✔		✔	✔		2		•			1
Sansui / TVM1316F		✔	✔			1					1
TCL / MT-14V27	✔	✔				2	1				
LG / RP-15FD15	✔		✔	✔	✔	2	1				1
Panasonic / CT-G1460M	✔	✔	✔			2					
Philco / PH1470			✔			1					
RCA / MR-14V001	✔	✔				2	1				
Sharp / 14MR10			✔			1					
TCL / MT-15TF08	✔	✔				2	1				
Toshiba / 14AR26	✔		✔			2					
Mitsui / MTV1401	✔	✔				1					
Tosaki / EKTVM14		✔	✔			1					1

Atributos de televisores chicos de pantalla LCD

	Varios					Conexiones					
Marca / Modelo	a1	a2	a3	a4	a5	b1	b2	b3	b4	b5	b6
LG / KP-17LZ21	✔		✔	✔	✔	1		•		1	
Samsung / LN15S51BP	✔		✔	✔	✔	1		1	1	1	
Sharp / LC15B9US	✔	✔	✔	✔		2	1	1	1		1
LG / RM-15LA70	✔		✔	✔	✔	1		•	1	1	1
Philips / 15PF5120/28	✔	✔	✔	✔	✔	1		•	1	Σ	1
TCL / LCD-17VN		✔	✔	✔		2	1	1		1	

Varios
a1 Encendido programado
a2 Bloqueo de canales (control paterno)
a3 Apagado por tiempo (*sleep*)
a4 Programa de audio separado (SAP)
a5 Ajuste automático de volumen (AVL)

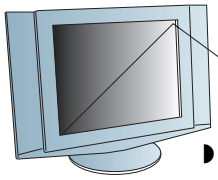
Conexiones
b1 Núm. de entradas de audio/video RCA
b2 Salida de audio/video RCA
b3 Entrada por componentes de video Y, P_B, P_R y audio estéreo
b4 Entrada de S-video
b5 Entrada de video (VGA) y audio para conexión a computadora
b6 Salida para audífonos

Notas
• Sólo video
Σ Conexión digital DVI

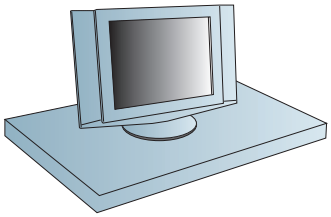
Observaciones

- Todos los modelos presentan entrada RF para antena o TV por cable y visualización de subtítulos (*closed caption*)
- El modelo LC15B9US de Sharp cuenta con modos de visualización 4:3 y 16:9, permite rotar o voltear la imagen y optimiza automáticamente la imagen a las condiciones de iluminación ambiental.
- El modelo 15PF5120/28 de Philips cuenta con modos de visualización 4:3 y 16:9 y presenta función de imagen sobre imagen (PIP). Es compatible con señales de TV de alta definición (HDTV).
- El modelo LG / RP-15FD15 tiene la función de ojo mágico (ajusta la imagen automáticamente).
- El modelo LG / KP-17LZ21 presenta la función imagen sobre imagen (PIP).
- El modelo LCD-17VN de TCL es multizona (PAL, NTSC), por lo que acepta señales de TV europea.

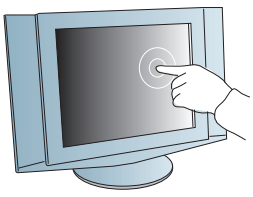
Recomendaciones de uso >>>



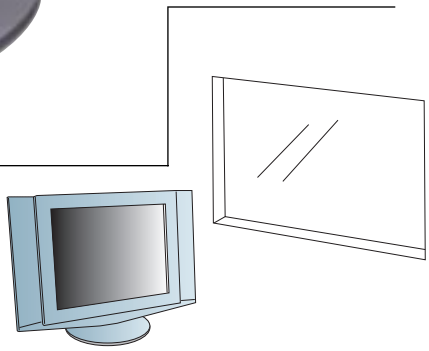
- La mejor distancia para ver un televisor es el equivalente al tamaño de su pantalla multiplicado por 4 o 5 veces.



- Coloque el televisor sobre una superficie plana, recta y resistente. No lo instale en lugares con humedad o polvo excesivos.



- Las pantallas LCD son especialmente delicadas, evite tocarlas con los dedos o golpearlas.



- Evite que la pantalla quede frente a una ventana donde la luz del sol entre de manera directa, pues esto lo obligará a ajustar la brillantez y el contraste a niveles muy altos, con lo cual la calidad de imagen disminuirá.

- Revise el recuadro "Cómo mejorar la imagen en su televisor", publicado en el número de diciembre del 2005 de la *Revista del Consumidor*, donde analizamos los televisores de 29". También puede encontrarlo en la página de internet www.profeco.gob.mx

Televisores chicos, en resumen

Sin pierde

Esta vez, lo barato no sale caro y todos los productos en el mercado son confiables. Así que conviene buscar el precio más económico para hacer la mejor compra.

En televisores de pantalla plana y convencional, una muy buena elección es el **Sansui TVM1316F**, que obtuvo una calificación de **excelente** y vale $1,195*, bastante menos que el Samsung (también excelente pero que cuesta $1,876, aunque es 4" más grande y tiene pantalla plana) y más barata incluso que la Tosaki, de $1,299, que sólo obtuvo bien de calificación.

*Todos los precios corresponden a la Ciudad de México

Sólo Sanborns

En televisores de pantalla LCD, el Samsung LN15S51BP y el Sharp LC15B9US son buenas opciones, ya que su calidad es excelente y su precio es sólo un poco más elevado que los que obtienen muy bien de

Samsung LN15S51BP
Calificación: Excelente
Precio: $5,967

Tenga cuidado con la diferencia de precios. Mientras el televisor LG/KP-17LZ21 tiene un precio de $8,799 en Costco, en Sanborns cuesta $14,199, ¡casi $5,400 pesos más!

Otro ejemplo es el LG/RM-15LA70, que en Mega Audio tiene un precio de $4,560, pero en Sanborns alcanza la cifra de $9,999, ¡el doble de lo que pagaría en Mega Audio.

Infografía Oldemar

Refrigeradores grandes

En el número de mayo 2006 de esta revista le informamos sobre la calidad de los refrigeradores adecuados para familias de hasta cinco miembros. Cuando la familia crece o cuando se desea contar con más espacio, resulta necesario un refrigerador más grande, como los que el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor analizó para este reporte. En general, en estos modelos el congelador está colocado a un costado y por lo tanto cuentan con dos puertas verticales (side by side), una que da acceso al refrigerador y la otra al congelador. Estos modelos incluyen también algunos accesorios no presentes en los refrigeradores más chicos y que, dependiendo de su sofisticación, pueden incrementar considerablemente el precio. La buena noticia es que la nueva generación de refrigeradores que ahora analizamos consume hasta 60% menos energía que modelos anteriores de ese mismo tamaño, y que sus refrigerantes no dañan la capa de ozono.

Fotos José Rodríguez

El estudio

Se examinaron cinco modelos de cinco marcas de refrigeradores de uso doméstico, con capacidades de 21 a 24 pies^3. Cada refrigerador se sometió a 11 pruebas cuyos resultados se agrupan en los siguientes rubros.

Información al consumidor. Los refrigeradores debían incluir, en una placa o etiqueta que no se borre fácilmente, información en español como marca, modelo, capacidad y tipo de refrigerador; nombre del fabricante o importador, así como el país de origen; voltaje de alimentación, frecuencia y consumo de energía máximo anual; también debían informar sobre la cantidad y tipo de refrigerante con que operan. No se detectaron fallas importantes.

Instructivos y garantía. Se verificó que cada refrigerador estuviera acompañado de un instructivo en español que incluyera al menos dos partes: a) instalación y operación, donde se informe la manera de instalar, usar y mantener el equipo; y b) precauciones para evitar daños al producto y al usuario. En cuanto a la garantía, se verificó que incluyera la información necesaria para hacerla efectiva y demás requisitos establecidos en la normatividad. Las unidades analizadas cumplieron.

Consumo de energía con carga máxima. Se midió el consumo de energía (kWh) del refrigerador lleno de alimentos durante 24 horas en las siguientes condiciones: durante el periodo analizado se abrieron las puertas del refrigerador durante un minuto cada 30 minutos; en el caso del congelador se abrieron las puertas tres veces al día por medio minuto cada vez. El resultado se reporta en kWh/día. Cabe señalar que el consumo de energía variará de acuerdo con los hábitos de cada usuario y según las condiciones ambientales del lugar.

Eficiencia energética. Se determinó cuánta energía eléctrica consumió cada refrigerador para extraer cierta cantidad de calor del interior del aparato. A menor consumo, mayor eficiencia.

Rapidez de cambio de temperatura (abatimiento). Se midió el tiempo que tardó cada aparato en enfriar el interior del área del refrigerador de 38ºC a 4ºC. Para el congelador se midió el tiempo necesario para pasar de 38ºC a -18ºC. La prueba es un indicador de cuánto tardarán el refrigerador y el congelador en recuperar la temperatura de operación, cuando ésta se incremente, por ejemplo, al abrir la puerta.

Hermeticidad. Se determinó la capacidad del refrigerador para mantener la temperatura interior. Esta capacidad tiene una relación directa con el consumo de energía, ya que la pérdida de temperatura en el interior hará que aumenten los periodos de operación del compresor. Para la prueba se midió la temperatura en el interior del refrigerador en funcionamiento normal; posteriormente se desconectó la unidad durante dos horas y al término de este lapso se midió nuevamente su temperatura interior. La diferencia de temperatura indica la capacidad del equipo para conservar el frío.

Acabados. Se determinó la calidad de los acabados mediante inspección visual, verificando que no se presentaran partes filosas, mala aplicación de recubrimiento, diferencia de tonos y rebabas; se revisó también que las parrillas, anaqueles y compartimientos no tuvieran sobrantes o faltantes de material ni ensamblados deficientes. Todos los equipos presentaron excelentes acabados.

Desviación de potencia. Se cotejó que el consumo de energía de los aparatos no presentara diferencias significativas con respecto a lo indicado en el etiquetado del producto. Todos los productos analizados cumplieron.

Seguridad eléctrica. De acuerdo con la normatividad aplicable se evaluaron las características eléctricas críticas de los modelos. No se detectaron problemas.

Características y accesorios. Se verificó que las características y accesorios declarados por el fabricante formaran parte del equipo y que funcionaran correctamente.

En mayo de 2006 publicamos un estudio de calidad sobre refrigeradores adecuados para familias de hasta cinco miembros (de 10 a 11, de 14 y de 15 a 17 pies cúbicos).

Refrigeradores con capacidades de 21 a 24 pies^3

Marca / Modelo / País de origen	Capacidad (pies^3)	Dimensiones ancho x fondo x altura (cm)	Garantía (años)	Consumo de energía con carga máxima (kW/h/día)	Hermeticidad del equipo	Rapidez de cambio de temperatura (abatimiento) Refrigerador	Rapidez de cambio de temperatura (abatimiento) Congelador	Eficiencia	Características y accesorios	Evaluación global
LG / GR-L244ATHA / Corea	24	89 X 88 X 175	3	Media	MB	E	E	E	a, b, c, e, f, g, h, i, k, l, m, p, q, r, s	**MB**
Samsung / RS23DGRS / Corea	21	91 x 70 x 173	3	Baja	B	E	E	E	a, c, f, g, h, i, j, k, o, p, q, r, s	**MB**
Maytag / MCD2257HES / EU	22	91 x 67 x 175	1	Baja	MB	E	B	MB	a, c, d, f, g, h, i, j, k, m, r, s	**MB**
Daewoo / FRS-2431IAL / Corea	23	93 x 90 x 181	3	Alta	E	B	B	B	a, c, e, f, g, h, j, k, l, m, n, o, p, q, r, s	**B**
GE / GLM23KESGS / México	23	83 x 80 x 176	1	Alta	MB	MB	B	MB	a, c, d, f, g, h, i, j, k, m, r, s	**B**

E = Excelente **MB** = Muy bien **B** = Bien

Características y accesorios

a) Cuatro ruedas (delanteras y traseras)
b) Niveladores frontales
c) Parrillas de vidrio en refrigerador
d) Parrillas metálicas en congelador
e) Parrillas de vidrio en congelador
f) Controles de temperatura digitales
g) Control de humedad en gaveta de verduras
h) Fábrica de hielo
i) Despachador de hielos
j) Despachador de agua
k) Filtro para agua
l) Filtro para malos olores
m) Alarma de puertas abiertas
n) Sistema de funcionamiento silencioso
o) Función de enfriamiento rápido
p) Función de congelación rápida
q) Tablero de control digital en la puerta
r) Compartimiento para carnes frías
s) Compartimiento para vegetales

Ficha técnica
Periodo de análisis: 20 de diciembre del 2005 al 2 de marzo del 2006.
Periodo de muestreo: 20 de diciembre del 2005 al 24 de enero del 2006.
Marcas / Modelos analizados: 5 / 5
Pruebas realizadas: 85

Normatividad
Para la realización del presente estudio se tomaron como referencia las siguientes normas nacionales:
NOM-024-SCFI-1998. Información comercial para empaques, instructivos y garantías de los productos electrónicos, eléctricos y electrodomésticos.
NOM-015-ENER-2002. Eficiencia energética de refrigeradores y congeladores electrodomésticos, límites y métodos de prueba y etiquetado.
NOM-008-SCFI-2002. Sistema general de unidades de medida.
NMX-J-521/1-ANCE-1999. Productos eléctricos. Aparatos y equipos de uso doméstico. Seguridad en aparatos electrodomésticos y similares. Parte 1. Requisitos generales.
NMX-J-521/2-24-ANCE-2001. Seguridad en aparatos electrodomésticos y similares. Parte 2-24. Requisitos particulares para refrigeradores, máquinas para hacer nieve y máquinas para hacer hielo.

Quién es Quién en los precios

Precios mínimos y máximos de refrigeradores con capacidades de 21 a 24 pies³ en la Ciudad de México

	Distrito Federal		
Precio único o mínimo ($)	Tienda	Precio máximo ($)	Tienda
15,341	Costco	24,999	El Palacio de Hierro
17,999	Viana	23,599	El Palacio de Hierro
14,499	Sears		
18,845	Viana		
12,999	El Palacio de Hierro		

(Precios recabados del 29 al 31 de octubre de 2006)

Foto Archivo

Para ayudarle a escoger

Además de la calidad, estilo y tipo de refrigerador que usted prefiere, considere lo siguiente antes de comprarlo.

Espacio utilizable. Al comparar un modelo no se base sólo en la capacidad que declara; revise detenidamente el espacio interior utilizable que ofrece y procure adquirir un aparato con el espacio adecuado para la cantidad de alimento que acostumbra guardar.

Accesorios. Evalúe las características de cada modelo y valore cuáles considera necesarias; cada característica y accesorio adicional tiene un costo que puede ser sustancial. Para el caso especial de los que cuentan con máquina de cubos de hielo y suministro automático de agua verifique si el refrigerador cuenta con un sistema de filtro de agua, ya que de lo contrario deberá de considerar la inversión en un equipo adicional.

Eficiencia energética. Busque en la etiqueta adherida (por lo general al frente del producto) el consumo de energía anual en kWh/año y compárelo con el de otros modelos similares que satisfagan sus necesidades. Recuerde que el 30% del consumo de energía habitual de una casa lo utiliza el refrigerador. Haga cuentas.

Folleto técnico (no es el mismo que el de publicidad). Verifique en él la temperatura mínima que alcanza el congelador y otras características que pudieran interesarle.

Otras consideraciones. Los equipos que ofrecen acabados con superficies texturizadas son más resistentes al rayado que los lisos. Pruebe las parrillas y charolas, éstas deben ser de fácil instalación y extracción para su limpieza.

Conclusiones generales

- En general, todos los refrigeradores analizados mostraron buena construcción y adecuada capacidad de congelación y refrigeración.
- Además del precio, las diferencias principales se encontraron en las pruebas de consumo de energía, eficiencia de enfriamiento y hermeticidad.
- Al adquirir un refrigerador de estos tamaños, es muy importante considerar el espacio necesario para su ubicación en la cocina, considerando la apertura de las puertas, así como el espacio necesario para meter el aparato a su casa y cocina (puertas, corredores, ventanas y, si vive en edificio, la altura del mismo).

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor, al 5544-2122 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio de internet www.profeco.gob.mx

Vinos para esta Navidad

Porque existe mucho desconocimiento al respecto, se vuelve complicado hacer una adecuada selección de vinos, sea para la cena de Navidad, para regalar o simplemente para consumo cotidiano. Atrévase a aprender sobre vinos, pruébelos y engalane su mesa de Navidad con esta selección de vinos mexicanos para usted. Hay para todos los gustos. ¡Felicidades!

Por Luis Fernando Otero Torregrosa

El objetivo de una buena compra de vino es la expectativa de que el vino elegido guste mucho y que sea un magnífico compañero de la comida, sin dejar de lado el hecho de que la calidad de un buen vino debe ir de la mano con el precio. Para ayudarle a elegir el mejor vino nacional solicitamos información a la Academia Mexicana del Vino, A.C., a la Unión Mexicana de Cata y Sommeliers, A.C. y a la Cave Club del Vino para que su orientación nos permita realizar mejores compras de dicha bebida, pues estas agrupaciones no tienen fines de lucro y sus sugerencias no obedecen a fines comerciales, además de que su información se fundamenta en estudios técnicos y análisis proporcionados por las propias empresas vitivinícolas.

Parte de la información se recolectó por medio de visitas a las tiendas más importantes y especializadas en la venta de vinos, tiendas departamentales y tiendas de autoservicio, así como los llamados "Wine bars".

En algunos de estos lugares se encontraron "especialistas" que promovían vinos ya caducos, como el caso del Beaujolais Noveau, cuya duración de vida placentera es escasamente de seis meses a partir de la cosecha; otros usaron un lenguaje prácticamente incomprensible, ya que repetían la información que algunos de los productores anotan en las contraetiquetas de las botellas, sin saber realmente el significado de su contenido; y los más atrevidos empleaban el término "maridaje" (tipo de alimento con que combinan mejor) como la fórmula ideal para la decisión de compra del vino, sin que pudieran aclarar en qué se fundamenta el maridaje.

Posteriormente se llevó a cabo la evaluación de los vinos mediante un panel de cata mixto, en el que participaron cuatro miembros de la Academia Mexicana del Vino, que dieron su punto de vista técnico sobre los productos; así como cinco catadores de la Unión Mexicana de Cata y Sommeliers, quienes aportaron su experiencia y conocimiento del consumidor mexicano; y por último tres miembros consumidores de vino de La Cave Club del Vino, quienes dieron su opinión básicamente de gusto, que no puede pasarse por alto, sin importar los atributos técnicos que pueda tener un vino, pues el juez final y más severo es el del propio gusto.

La evaluación de los vinos se realizó a cata ciega (sin conocer el nombre ni origen del vino), considerando sólo las características distintivas de esta bebida que pueden percibirse a través de los sentidos. Estas características son riqueza aromática, sensaciones gustativas más comunes (acidez, astringencia, amargor y dulzor), así como la sensación de causticidad por la presencia de alcohol, características todas éstas que usted puede consultar en las tablas de resultados.

Cabe resaltar que el único objetivo de la cata realizada es proporcionar a usted una serie de recomendaciones e información enriquecida por el significado de los términos que más frecuentemente se escuchan al hablar de vinos. La prueba final, y más importante, es la de su paladar. ¡Salud y felices fiestas!

Fotos José Rodríguez

¿Comprarlo o no comprarlo?

¿Deveras es realmente difícil seleccionar un vino? La respuesta es sí, pero eso no debe intimidarnos para no iniciar ese viaje a lo desconocido que es adentrarse en el mundo de los vinos. Lo importante es empezar a conocerlos, a probarlos.

¿Cuál comprar entonces? Una realidad es que los vinos que más se venden son los baratos, sin importar su calidad. Hay ocasiones en que la decisión de compra se da en función de la insistencia del vendedor o por la fama que pudiera tener un país en la producción de vinos.

Otro argumento que también tiene importancia en la compra de vino es la gran promoción que a nivel mundial se realiza con respecto a las bondades que para la salud tiene esta bebida, pues además de que enaltece el sabor de los platillos, gracias al avance de la ciencia médica, en fechas recientes se han corroborado los beneficios del vino con respecto a la llamada dieta mediterránea, que en principio es el tipo de comida de los europeos, no únicamente los que habitan en las riberas del Mediterráneo, sino en todos los demás países del área, donde existe la tradición de acompañar a diario la comida con una o dos copas de vino.

Hoja de cata de vinos blancos

Nombre del vino	Casa productora	Mezcla de uvas	Año	Alcohol (%)	Tempe-ratura de servicio	Sensaciones organolépticas					
						Cuerpo			Acidez		
						Ligero	Medio	Robusto	Baja	Media	Alta
Don Angel Blanc de Blancs	Productos de Uva	Mezcla	S / I	11.5	5 - 9° C	X			X		
L.A. Cetto, Blanc de Blancs	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	S / I	S / I	11.5	5 - 9° C	X				X	
Château Domecq	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Sauvignon blanc y chardonnay	2004	12	5 - 9° C		X			X	
L.A. Cetto, Chenin Blanc S.A. de C.V.	Vinícola L.A. Cetto	Chenin blanc	2004	12.5	5 - 9° C	X				X	
Flor de Guadalupe Blanc de Blancs 2004	Château Camou	Chardonnay 14%, sauvignon blanc 6%	2004	14	5 - 9° C		X				
Casa Madero Chenin Blanc	Casa Madero	Chenin blanc	2004	13.5	5 - 9° C			X			X
Casa Grande Chardonnay	Casa Madero	Chardonnay	S / I	13.4	5 - 9° C		X			X	
Casa Madero Semillon	Casa Madero	Semillon	2004	13.8	5 - 9° C	X					X
San Lorenzo	Casa Madero y blanc-riesling	Chardonnay-chenin	S / I	13.1	5 - 9° C	X				X	
Viña doña Dolores Vivante Blanco Joven	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Macabeu, chenin y saint emilión	S / I	10.5	5 - 9° C	X					X
Don Angel Riesling	Productos de Uva	Riesling	S / I	11.5	5 - 9° C	X					X
Viña doña Dolores Chardonnay	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Chardonnay	2005	12.5	5 - 9° C		X			X	
Santo Tomás Chardonnay-Sauvignon	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Chardonnay y sauvignon blanc	2003	12	5 - 9° C	X					X
Santo Tomás Alisio Reserva	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Chardonnay	2004	12.5	5 - 9° C		X		X		
XA Blanc de Blancs	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Chenin blanc	2004	12.5	5 - 9° C	X			X		
Santo Tomás Viognier	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Viognier	2004	13	5 - 9° C		X			X	
L.A. Cetto, Fumé Blanc S.A. de C.V.	Vinícola L.A. Cetto	Fumé blanc	2004	13	5 - 9° C	X					X
L.A. Cetto, Chardonnay	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Chardonnay	2004	14	5 - 9° C	X			X		
Don Luis, Selección Reservada	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Viognier	2004	14	5 - 9° C		X			X	
L.A. Cetto Reserva Privada	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Chardonnay	2004	14	5 - 9° C	X			X		
Casa Madero Chardonnay	Casa Madero	Chardonnay	2003	13.5	5 - 9° C	X				X	
Monte Viña Chardonnay-Semillon	Casa Madero	60% chardonnay y 40% semillon		13	5 - 9° C		X			X	
Viña doña Dolores Sauvignon Blanc - Macabeu	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Sauvignon blanc y macabeu	2004	12.5	5 - 9° C	X					X
Calafia*	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Mezcla	2004	12.5	5 - 9° C	X				X	

*Vino sobremadurado.

Sensaciones organolépticas															
Astringencia			Amargor			Dulzor				Calificación de gusto				Precio aprox. ($)
Baja	Media	Alta	Bajo	Medio	Alto	Seco	Suave	Dulce	Muy dulce					
X			X				X				B			92
X			X			X					B			72
	X					X							D	158
X			X				X				B			75
X			X			X					B			85
X			X				X				B			135
X			X				X				B			299
X			X				X				B			145
X			X				X							99
X						X						R		53
X				X		X						R		91
X			X			X						R		80
X			X			X						R		103
X			X			X						R		248
X			X				X					R		50
X			X			X						R		128
X						X						R		75
	X		X			X						R		75
X			X			X						R		180
X				X		X						R		162
X			X				X					R		195
X			X				X					R		55
	X			X		X								95
X				X		X							D	49

E = Excelente | B = Bien | R = Regular | D=Deficiente

Blanco seco ligero. De agradable sencillez al gusto. El peso alcohólico está suavemente presente, con remarcada acidez, lo que le permite armonizar con los platillos de condimentos muy suaves y picor de suave intensidad. Armoniza con mariscos, pescados fritos o salseados, carnes blancas de ave y cerdo asadas. También puede servirse como aperitivo.

Blanco seco medio. Tiene mayor intensidad en sus componentes y en la sensación de su peso alcohólico, así como menor acidez; hay profundidad de sabor, lo que permite acompañar platillos con suave picor y condimentos más marcados. Armoniza con mariscos, pescados, platillos salseados a base de pescados, aves, carne, frutas de ligera acidez y quesos suaves.

Blanco seco robusto. Presencia de mayor peso alcohólico y acidez no marcada, con sensaciones intensas de sabor profundo y más complejo. Prolongada presencia de sensaciones, lo que permite una armonía perfecta con platillos condimentados y de poco picor, ya sean mariscos, pastas, carnes blancas y rojas, charcutería y quesos suaves.

Blanco semiseco. Presencia suave producida por el azúcar. Puede tener riqueza alcohólica de baja a alta, dando una sensación amable al paladar, densidad en su fluidez y dulzor en su sabor. Permite armonía con picantes, condimentados contrastantes y salseados de intensidad media. Bien como aperitivo y postres.

Blanco dulce. Suave con marcada presencia de azúcares y de fluidez densa. Es difícil percibir el alcohol. Los hay con mayor peso alcohólico y sabor profundo, más complejos y completos, lo que da una sensación acidulada para suavizar platillos picantes, quesos añejos, azules y algunas grasas de aves. Muy bien como vino de postre.

Hoja de cata de vinos tintos

Nombre del vino	Casa productora	Mezcla de uvas	Año	Alcohol (%)	Tempe-ratura de servicio	Sensaciones organolépticas					
						Cuerpo			Acidez		
						Ligero	Medio	Robusto	Baja	Media	Alta
L.A. Cetto, Petite Sirah	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Petite sirah	2003	13.5	16 - 18° C		X		X		
Santo Tomás, Unico, gran Reserva	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon-merlot	2002	13.5	18° C		X			X	
L.A. Cetto, Reserva Privada Nebbiolo	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Nebbiolo	2001	14	18° C		X			X	
Casa Madero Shiraz	Casa Madero	Shiraz	2003	13.9	14 - 16° C		X			X	
Reserva Magna, Cosecha Limitada	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Mezcla	2002	12.5	18° C		X			X	
Calafia	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Mezcla	2004	12.5	14 - 16° C		X		X		
Viña doña Dolores Cuatro Regiones	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Cabernet franc, malbec, tempranillo, merlot y syrah	2004	12.8	14 - 16° C		X			X	
Don Angel Petite Sirah	Productos de Uva	Petite Sirah	S / I	12.5	14 - 16° C		X			X	
Viña doña Dolores gran Reserva	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon y malbec	2003	12.8	16 - 18° C		X			X	
Don Angel Cabernet Sauvignon	Productos de Uva	Cabernet sauvignon		12.5	14 - 16° C		X			X	
Gran Vino Tinto Cabernet Franc Merlot 2001	Château Camou	Cabernet franc 85% y merlot 15%	2001	13	18° C		X			X	
Don Luis Concordia, Selección Reservada	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon 60% y shiraz 40%	2000	13	18° C		X			X	
Gran Vino Tinto Merlot 2001	Château Camou	Cabernet franc 10% y merlot 90%	2001	13.5	18° C		X			X	
Don Luis, Selección Reservada, Terra	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon 50%, merlot 30%, malbec 10% y petite verdot 10%	2003	13	16 - 18° C		X		X		
Santo Tomás,Tempranillo	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Tempranillo	2004	13	14 - 16° C		X			X	
Flor de Guadalupe Cabernet Zinfandel 2003	Château Camou	Cabernet sauvignon 15%, cabernet franc 3%, merlot 2% y zinfandel 80%	2003	13	16 - 18° C		X			X	
L.A. Cetto,	Vinícola L.A.	Cabernet Sauvignon	2003	13	16 - 18° C		X			X	
Flor de Guadalupe Clarete 2002	Château Camou	Cabernet sauvignon 40%, cabernet franc 44% y merlot 16%	2002	12.8	18° C		X			X	
Santo Tomás, Cabernet Sauvignon	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon	2003	13.4	16 - 18° C		X			X	
L.A. Cetto, Reserva Privada Cabernet Sauvignon	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon	2003	13.5	16 - 18° C		X			X	
Viña de Liceaga Merlot gran Reserva	Viña de Liceaga S. de R.L. de C.V.	Merlot	2003	14.9	16 - 18° C			X		X	
Gran Vino Tinto 2001	Château Camou	Cabernet sauvignon 55%, cabernet franc 20%, y merlot 25%	2001	13.5	18° C		X			X	

Sensaciones organolépticas														Precio aprox. ($)
Astringencia			Amargor			Dulzor				Calificación de gusto				
Baja	Media	Alta	Bajo	Medio	Alto	Seco	Suave	Dulce	Muy dulce					
X			X			X				E				78
	X	X	X			X				E				345
	X		X			X				E				165
	X		X			X				E				195
	X		X			X					B			498
X						X					B			49
	X		X			X					B			230
	X		X			X					B			92
X			X			X					B			165
	X		X			X					B			91
		X		X		X					B			395
	X		X			X					B			178
	X		X			X					B			399
	X		X			X					B			246
	X		X			X					B			110
		X		X		X					B			160
		X	X			X					B			73
	X		X			X					B			85
	X			X		X					B			184
	X		X			X					B			245
	X		X			X					B			335
	X			X		X					B			519

E = Excelente | B = Bien | R = Regular | D=Deficiente

Tinto ligero. De agradable sencillez. Peso alcohólico suavemente presente; destaca acidez y suave astringencia, lo que permite armonizar con los platillos de condimentos ligeramente marcados, picantes ligeros; buen complemento de salseados y asados de pescados, carnes blancas de ave y cerdo, carnes rojas asadas, charcutería de condimentos suaves y quesos frescos. Bien como aperitivo.

Tinto medio. Mayor intensidad en la sensación de su peso alcohólico, reducción de la sensación de acidez y equilibrio con astringencia y amargor en sus componentes, profundidad de su sabor y prolongado retrogusto uniforme (el sabor "queda" en la boca), lo que permite acompañar platillos con condimentos marcados. Armoniza con salseados en pescados y todo tipo de carnes, ya sean asadas o al carbón, con quesos de sabor medio de pasta prensada o con moho blanco.

Tinto robusto. Presencia marcada de su peso alcohólico, astringencia y amargor, acidez definida con sensaciones intensas en el paladar, con sabor profundo y aristas en su percepción de prolongada permanencia, lo que permite armonizar y ser perfecto complemento de platillos sazonados con condimentos fuertes, no exagerados, grasas animales y vegetales y con carnes de intenso sabor en salsas, asados al carbón o en barbacoa y con quesos grasos.

¿Barato o caro?

¿Cómo seleccionar un vino para disfrutar en la mesa? Antes que nada, defina si el objetivo de la compra es para la cena de Navidad, para el diario o para ocasiones especiales. Más allá del objetivo, es importante saber que no necesariamente el vino más caro es el mejor, ni el más barato es el peor. Hay vinos que han ganado su prestigio gracias a la tradición de muchos años logrando alta calidad, lo que los convierte en algo especial, pero no por ello saben mejor con cualquier comida y mucho menos tienen que gustarnos, aunque bien puedan ser regalos distinguidos.

La verdad, es mucho más difícil elegir un vino de menor precio y alta calidad, un vino que no provoque dolor de cabeza o malestar estomacal, y que, sobre todo, nos guste mucho. Eso es lo que le recomendamos en estas páginas.

Hoja de cata de vinos tintos (Continuación)

Nombre del vino	Casa productora	Mezcla de uvas	Año	Alcohol (%)	Tempe-ratura de servicio	Sensaciones organolépticas					
						Cuerpo			Acidez		
						Ligero	Medio	Robusto	Baja	Media	Alta
L.A. Cetto, Zinfandel	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Zinfandel	2003	14	16 - 18° C	X				X	
Don Luis, Selección Reservada Merlot	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Merlot	2003	14.5	16 - 18° C		X			X	
Gran Vino Tinto Zinfandel 2001	Château Camou	Zinfandel 100%	2001	15.5	18° C		X			X	
San Lorenzo	Casa Madero	Cabernet sauvignon - tempranillo-shiraz	S / I	13.3	14 - 16° C		X		X		
Monte Viña	Casa Madero	Cabernet sauvignon	S / I	13	14 - 16° C		X		X		
Casa Grande gran Reserva	Casa Madero	Cabernet sauvignon	2003	13.8	14 - 16° C		X			X	
Casa Madero Cabernet Sauvigon	Casa Madero	90% Cabernet sauvignon y 10% Merlot	2004	13.8	14 - 16° C		X			X	
Château Domecq	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon y nebbiolo	2002	12	18° C		X			X	
Viña doña Dolores Vivante Tinto joven	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Malbec	S / I	12	14 - 16° C	X				X	
Santo Tomás, Sirocco, Reserva	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Syrah	2001	12.5	18° C		X			X	
X-A Cabernet Sauvignon	Industrias Vinícolas Pedro Domecq S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon	2004	12.5	14 - 16° C	X				X	
Viña doña Dolores Crianza	Freixenet de México, S.A. de C.V.	Cabernet Sauvignon y malbec	2003	12.75	16 - 18° C		X			X	
Don Angel Barbera	Productos de Uva	Barbera	S / I	12.5	14 - 16° C		X			X	
Flor de Guadalupe Cabernet Merlot 2003	Château Camou	Cabernet sauvignon 70%, cabernet franc 5% y merlot 25%	2003	13	16 - 18° C		X			X	
Santo Tomás, Merlot	Bodegas de Santo Tomás S.A. de C.V.	Merlot	2003	13.4	16 - 18° C		X			X	
Casa Madero Merlot	Casa Madero	90% merlot- 10% cabernet sauvignon	2004	13.8	14 - 16° C		X				X

Hoja de cata de vinos rosados

Nombre del vino	Casa productora	Mezcla de uvas	Año	Alcohol (%)	Tempe-ratura de servicio	Sensaciones organolépticas					
						Cuerpo			Acidez		
						Ligero	Medio	Robusto	Baja	Media	Alta
L.A. Cetto, Primavera	Vinícola L.A. Cetto S.A. de C.V.	Cabernet sauvignon rosé	2005	13.5	10 - 12° C	X				X	
Viña doña Dolores Vivante Rosado Joven	Freixenet de México S.A. de C.V	Cabernet sauvignon y malbec	S / I	12	10 - 12° C	X				X	
Viña doña Dolores Merlot (rosado)	Freixenet de México, S.A. de C.V.80	Merlot	2005	12.5	10 - 12° C	X					X

Sensaciones organolépticas													
Astringencia			Amargor			Dulzor				Calificación de gusto			Precio aprox. ($)
Baja	Media	Alta	Bajo	Medio	Alto	Seco	Suave	Dulce	Muy dulce				
	X		X				X			B			78
	X		X			X				B			162
		X	X				X			B			539
X			X				X			B			99
X			X				X			B			59
	X		X				X			B			345
	X			X		X				B			195
	X		X			X					R		209
X			X			X					R		75
	X			X		X					R		248
	X		X			X					R		66
	X		X			X					R		130
	X		X			X					R		91
		X			X	X					R		160
	X		X			X					R		168
		X		X		X					R		195

Sensaciones organolépticas													
Astringencia			Amargor			Dulzor				Calificación de gusto			Precio aprox. ($)
Baja	Media	Alta	Bajo	Medio	Alto	Seco	Suave	Dulce	Muy dulce				
X			X				X			B			75
X			X			X					R		64
X				X		X				Encorchado		D	80

E = Excelente | B = Bien | R = Regular | D=Deficiente

Rosado seco. Suave al paladar. Puede ser de ligero a robusto según la presencia alcohólica y de acuerdo con su acidez; matices aromáticos de vino blanco complejo y sensaciones de vino tinto; su versatilidad le permite ser complemento ideal de platillos con condimentos no muy intensos, pastas y salsas a base de jitomate, quesos suaves y postres, si se trata de un rosado dulce.

Recomendaciones para comprar un vino

Antes de comprar un vino es necesario que tenga en consideración las siguientes recomendaciones:

- **Defina el tipo de vino que va a adquirir:** blanco, rosado o tinto. Cada uno de ellos tiene una característica diferente para acompañar los alimentos. (Vea los recuadros, páginas 55, 57 y 59)
- **Defina el estilo de vino, en relación con su cuerpo** (ligero, medio o robusto). Tal vez ésta es la decisión más importante, ya que será con base en ella que obtendrá un buen vino para compartir con sus platillos. (Vea los recuadros páginas 55, 57 y 59)
- **No compre vinos para guardar si no conoce cuánto tiempo de vida tendrán**.
- **No compre una caja de 12 botellas** antes de haber probado el vino.
- Si no tiene un lugar adecuado para guardar el vino, **compre el que necesite cuando menos con 24 horas de anticipación**, para que repose.
- Anímese a comprar vino de **cualquier parte del mundo.**
- **Compre el vino del cual le den información** que usted entienda, que le inspire confianza.

Alimentos kosher

Quizá usted no lo sepa, pero si echa un vistazo en su despensa es muy posible que encuentre algunos. Es más, es casi seguro que usted y su familia los consumen todos los días: se trata de los alimentos kosher, los únicos permitidos para servirse en una mesa judía religiosa.

Por José Armando Aguilar

Aunque el término *kosher* es mundialmente conocido en el terreno de la alimentación, tal vez muchos de nosotros ni siquiera lo habíamos escuchado, así que comencemos por definirlo: la palabra kosher es de origen hebreo y significa "apto" o "adecuado", y describe, precisamente, a todos aquellos alimentos que se consideran apropiados para consumirse de acuerdo con lo establecido en la Toráh (el Antiguo Testamento).

Y es que las normas dietéticas judías son muy estrictas, por ejemplo:

- Sólo se permite el consumo de animales que tengan pezuñas partidas y que sean rumiantes; por ejemplo res, borrego, cabra, carnero, pollo, pavo, pato y ganso. De comer cerdo ni hablar, eso se considera un pecado grave.
- No se permite el consumo de sangre del animal.
- Para que un pescado sea kosher debe tener escamas y aletas, de lo contrario no se puede consumir. Los mariscos quedan absolutamente prohibidos.
- Y uno de los mandatos más importantes:"jamás mezclar carne con leche". La prohibición de la Toráh es estricta: no cocinar y/o consumir juntos estos productos. Si un judío religioso come carne, tiene que esperar seis horas para poder beber o comer cualquier producto lácteo, y si primero consume leche se debe enjuagar la boca con agua para poder comer carne.

El seguimiento de este regimen alimenticio por parte de los judíos muy religiosos es tan estricto que para ellos una cocina kosher debe tener utensilios para cocinar carne y pollo y otros para leche. Por ejemplo, no se puede cortar carne con el mismo cuchillo que partió un queso (y viceversa). Incluso al momento de lavar los platos deben utilizarse escurridores, esponjas y toallas diferentes para los platos destinados a la carne y para los que contenían leche. Usted se preguntará el porqué de estos mandamientos. Pues bien, el rabino Meir Antebi, de la Comunidad Judía Azhkenazi de México, responde:"En la Biblia, Dios ordenó qué alimentos, qué clase de animales y en qué forma podemos comer. Es ley sin motivo, no hay ningún razón, simplemente es una orden de Dios en la que nosotros confiamos y seguimos fielmente. Es algo estrictamente religioso".

Así, los judíos religiosos en todo el mundo se han mantenido fieles a estos principios y observan estas tradiciones milenarias desde su infancia, y son ellos los consumidores por excelencia de los productos kosher, aunque no los únicos, como veremos más adelante.

En algunos casos los resultados de las visitas exigen una línea de producción exclusiva para el producto que desea ser kosher, o el cambio de un proveedor de materia prima que no cumple con lo estipulado en las leyes dietéticas judías.

Números "adecuados"

De acuerdo con un estudio realizado en Estados Unidos en el 2002 (en México no hay cifras al respecto), los consumidores kosher de ese país alcanzaban 10.5 millones de personas con un crecimiento promedio anual de 16%, por lo que en aquel entonces se calculaba que alcanzarían 14 millones en el 2005.
Éstos son algunos otros datos destacables sobre los productos kosher:

- De los **10.5 millones** de consumidores estadounidenses de productos kosher:
  44% son judíos, 19% musulmanes, 10% vegetarianos o sensibles a la lactosa y 27% consumidores que los compran sólo por sus estándares de calidad.
- Países que lideran el **mercado kosher** a nivel mundial:
  Estados Unidos e Israel
- Valor del **mercado global** de alimentos kosher en el 2002:
  16,500 millones de dólares
- Número de empresas **certificadoras** de productos kosher a nivel mundial:
  867
- Número de integrantes de la comunidad judía **en el mundo**:
  entre 12 y 13 millones.

Fuente Estudio *Alimentos Kosher/Estados Unidos*, Ministerio de Economía y Producción de la República de Argentina (en www.proargentina.gov.ar)

De acuerdo con Supervisores en Alimentos (la empresa certificadora de la Comunidad Azhkenazi de México), en tiendas departamentales de toda la República Mexicana **se venden diversos productos** (jugos, néctares, refrescos, botanas, leches, cereales, salsas, aceites, aderezos, saborizantes, conservas, pescados empaquetados, especias, etc,) **que ostentan su logotipo** VK ALEF ALEF (registrado ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y el Instituto Nacional del Derecho de Autor) **sin cumplir con los requisitos necesarios para obtener la certificación kosher**. Supervisores en Alimentos asegura que las empresas propietarias de esos productos muchas veces **realizan acciones** dentro de su producción y manufactura **que no están permitidas** por la norma kosher, como utilizar grasas de origen animal no autorizadas, por lo que ostentarse como kosher significa hacer **publicidad engañosa** hacia el público en general.

Por eso, si usted quiere saber si un producto realmente cuenta con la Certificación Kosher VK ALEF ALEF, puede llamar a Supervisores en Alimentos, S.C. a los teléfonos 5256-0095, 5256-0316, 5256-0907, 5256-0604, 5286-1747 y 5286-6102 de la Ciudad de México.

La "personalidad" de lo que comemos

Sería imposible explicar en tan corto espacio todos los detalles de las restricciones y requisitos que comprenden los alimentos kosher, pero sí podemos hacer una breve revisión de los aspectos más importantes y hacer una clasificación general de ellos. Veamos:

Carnes. En esencia, la carne kosher es la misma que consume la mayoría de la gente, pero con estrictos controles de calidad e higiene. Lo primero es el sacrificio: el animal debe ser degollado con un cuchillo extremadamente delgado y filoso para asegurar el mínimo sufrimiento del animal y su muerte instantánea. Dicho proceso es realizado por un rabino *shojet*, quien es un especialista en el sacrificio. Una vez abierto, se inspecciona el perfecto estado del hígado, pulmones, sesos y menudencias para asegurarse de que el animal no tenía daño alguno. En total, en el caso de las reses, el *shojet* revisa 70 aspectos para asegurarse de que sea kosher. En cuanto a las aves, la inspección es igual de minuciosa. Por último, la carne es untada de sal para que ésta absorba la sangre (los judíos no pueden comerla) y se lava para poder consumirla.

Lácteos. El sistema kosher exige que la leche sea pura de vaca y que, por supuesto, en ningún momento y de ninguna manera se mezcle con carne, por lo que productos como los quesos y la margarina (debido a que en su elaboración pueden entrar en contacto con productos cárnicos) requieren también de certificación kosher.

Pareve (neutro). Se les denomina así a los alimentos que no contienen carne ni ingredientes lácteos. Así, todas las frutas, granos y vegetales en su estado natural son kosher *pareve*.

Aun después de lo ya expuesto, tal vez persista en usted la pregunta: ¿por qué seguir ese régimen tan estricto?

Además del sentido absolutamente religioso y de salud que significa consumir alimentos kosher, existe otro aspecto que motiva el acatamiento de estas normas alimenticias: en las leyes dietéticas hebreas existe la firme creencia de que el alimento no sólo brinda al organismo los nutrimentos necesarios para fortalecerse, sino que también tiene una influencia determinante sobre la personalidad y el alma, es decir, que propicia de manera directa cambios en el comportamiento y la conducta de las personas.

"La comida influye sobre la salud personal, y no hablo sólo de salud física, hablo también de la salud moral: la comida influye sobre cualidades de la persona. Para nosotros, una persona que come comida kosher, comida permitida por la Biblia, tiene una clase moral distinta que le permite una mejor convivencia con las personas que están a su alrededor", comenta el rabino Antebi.

¿Son más caros? ¿Cómo reconocerlos?

Ahora usted podrá imaginarse lo difícil que es para quien sigue estas estrictas reglas de alimentación encontrar productos adecuados para su consumo. Por ejemplo: ¿cómo puede una persona estar segura de que el helado que desea como postre realmente es kosher? ¿Cómo saber que

el platillo que le ofrecen en algún restaurante está preparado con alimentos permitidos?

Para salvar este problema existen las empresas certificadoras de productos kosher, que se encargan de vigilar no sólo los alimentos, sino también los restaurantes, hoteles y hasta los medicamentos que se denominan "puros". En todo el mundo existen 867 compañías que se dedican a esta labor. Entre los sellos kosher más reconocidos a nivel mundial se encuentran los siguientes:

En México hay siete empresas certificadoras reconocidas, entre ellas se encuentra Supervisores en Alimentos, S.C., de la Comunidad Azhkenazi de México, que vigila los procesos de elaboración de 512 empresas en nuestro país y cuyo logotipo podemos encontrar en un gran número de productos.

En la actualidad, usted puede encontrar productos kosher casi en cualquier supermercado. De hecho, como le comentábamos al principio, es casi seguro que usted los consuma. Vaya y verifique en su despensa, verá que algunos productos tienen los logotipos que le acabamos de presentar. Así entonces, se percatará de que el consumo de estos alimentos no es exclusivo de un grupo y que sus precios son exactamente los mismos para todos. Aunque debemos aclarar que la excepción es la carne kosher, ya que ésta sí es más cara.

Pero ¿qué gana usted con comprar unas piernas de pollo más caras o con que la sopa que está por preparar tenga el logotipo kosher? La respuesta la encontramos en el proceso de certificación.

Limpieza, calidad y salud para todos

El primer paso para que un producto pueda ser certificado como kosher consiste en que la empresa o planta que lo produce dé a conocer todas las materias primas que utiliza, así como un diagrama de flujo de todas sus líneas de producción, esto con la finalidad de asegurarse de que en ningún momento los alimentos puedan "contaminarse". Los rabinos (personas con años de preparación, mucha experiencia y amplios conocimientos), por medio de visitas de inspección, son los encargados de verificar que todos los datos entregados sean verídicos.

En algunos casos, los resultados de las visitas exigen una línea de producción exclusiva para el producto que desea ser kosher o el cambio de algún proveedor de materia prima que no cumple con lo estipulado en las leyes dietéticas judías.

Muchas empresas (multinacionales, incluso) están dispuestas a asumir los costos que esto implica, ya que han encontrado en la certificación kosher una aliada para sus ventas y un medio de introducción de sus productos en nuevos mercados: una investigación interna de Dannon Yogurt Co. concluyó que, a finales de los 90, la presentación de un logotipo de alimento "adecuado" contribuyó con dos millones de dólares al total de sus ventas anuales.

Otro de los beneficios que las empresas reciben al obtener el sello kosher es posicionar sus productos como saludables para el público en general. Por ejemplo, el rabino Antebi afirma: "Nosotros podemos comer cualquier tipo de frutas y verduras, pero tenemos que cuidar que no tenga gusanos. Cuando inspeccionamos un camión lleno de chiles y le encontramos tres gusanos, ese camión, y todos esos chiles, ya no pueden ser kosher".

Así, el sistema kosher también hace hincapié en la limpieza y pureza de los productos, lo que le ha ganado muchos adeptos.

En la actualidad, los alimentos kosher no son de consumo exclusivo de la comunidad judía ortodoxa, personas con otras creencias religiosas (como los musulmanes), vegetarianos, intolerantes a la lactosa y otros consumidores en general compran estos alimentos, derivados del profundo compromiso de los judíos con sus creencias.

Y así debemos entenderlo, como una manifestación más de las múltiples que podemos encontrar en los distintos grupos religiosos que hay en nuestro país, y que podemos aprovechar como una garantía más de calidad en los productos.

"Los productos kosher son para todo el mundo, de la religión que sea. Hoy, para la gente en general, kosher es un logotipo que garantiza limpieza, calidad y salud", concluye el rabino Antebi.

Fuente Entrevista con el rabino Meir Antebi, de la Comunidad Azhkenazi de México • Estudio *Alimentos Kosher/Estados Unidos*, Ministerio de Economía y Producción de la República de Argentina (obtenido en *www.proargentina.gov.ar*) • Información proporcionada por la Comunidad Judía Azhkenazi de México • www.kosher.com.mx

Si quiere saber más

- www.ashkenazi.org.mx
- www.chabadmx.org
- www.kosher.org.ar
- www.oukosher.org
- www.todokosher.com
- www.ou.org

Foto José Rodríguez

Platillo Sabio Profeco

Consumidores en la radio

Dos frecuencias del ahorro

INCONTRARE
lo invita a escuchar
el programa
Casa, vestido y sustento
todos los jueves
de 12 a 13 horas
por la 660 de AM,
la radio de los ciudadanos

...y tampoco
se pierda
El cuarto del consumo,
con Fernanda Tapia
y Humberto Vélez,
ahora también en
nuestra página
de internet
www.profeco.gob.mx

Incontrare ac
entre consumidores

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Rompa el círculo vicioso

Las amibas

Foto Archivo

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Aun cuando no dé molestias, este huésped es absolutamente indeseable. Por si fuera poco, al alojarlo aumentamos la posibilidad de que muchas otras personas reciban este parásito en su organismo. ¿Quiere saber cómo evitar la terrible amiba?

> Las grandes deficiencias sanitarias y malos hábitos de higiene en nuestro país provocan amibiasis intestinal.

Según la Organización Mundial de la Salud, en el mundo hay 450 millones de personas que tienen parásitos. De éstas, 48 millones tienen enfermedad intestinal o extraintestinal a causa de *Entamoeba histolytica* o amiba, de las cuales cada año mueren de 40 mil a 100 mil.

Más allá de las cifras, veamos cómo es que tan pequeñísimos parásitos son tan dañinos. Las amibas son organismos unicelulares que no tienen forma definida, ya que para moverse extienden su masa en cualquier dirección (los biólogos dicen que son seres amorfos, es decir, sin forma). Existen diferentes tipos de amibas, como las de vida libre que viven en cualquier lugar sin problema alguno, hasta aquellas que se denominan parásitos obligados, es decir, que si no están dentro de un organismo no logran sobrevivir. Este es el caso de la amiba *Entamoeba histolytica*, que los biólogos clasifican como protozoario (animal unicelular) parásito.

Las grandes deficiencias sanitarias y malos hábitos de higiene en nuestro país provocan amibiasis intestinal. La transmisión de la amibiasis se hace de persona a persona por vía fecal-oral.

Círculo vicioso

El ciclo de vida de la amiba *Entamoeba histolytica* comprende dos fases: la infectiva y la invasiva.

Durante su fase infectiva la amiba es un quiste muy resistente al calor y a la humedad, que no tiene gran actividad metabólica, por lo que se puede decir que es una "célula durmiente" en el medio que la rodea.

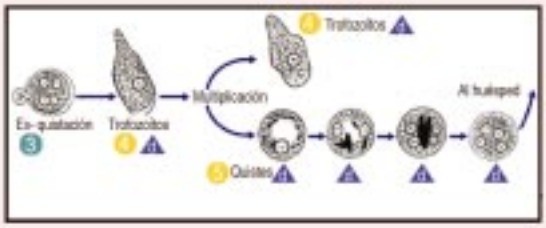
Algunas investigaciones indican que este parásito puede permanecer inactivo hasta por varios meses, sin que muera.

La fase invasiva es la forma activa o móvil (técnicamente llamada trofozoíto), y es la amiba que vive dentro del ser humano (vea el recuadro Ciclo de vida, a la derecha).

Lo anterior nos ayudará a comprender cómo adquiere el ser humano amibas. Pues resulta que las personas adquirimos amibas al ingerir alimentos y bebidas contaminadas con quis-

Ciclo de vida de *Entamoeba histolytica*

1. **Los quistes de amiba llegan al aparato digestivo al consumir alimentos o agua contaminada con heces (fase infectiva).**
2. **Los quistes pasan a través del conducto digestivo hacia el intestino, donde se liberan los trofozoítos activos del parásito (fase invasiva).**
3. **Los trofozoítos penetran en la mucosa intestinal, y pueden causar alteraciones como vómito, náuseas, dolor abdominal y diarrea grave.**
4. **Cuando abandonan el organismo, los trofozoítos mueren. Algunos se convierten en quistes antes de abandonar el organismo, y son los que contaminan los alimentos.**



tes, los cuales pasan de nuestro estómago al intestino delgado, donde se transforman en trofozoíto, y de ahí van al intestino grueso.

Los trozofoítos pueden causar diarrea, lo cual ocasiona que algunos de éstos salgan del cuerpo, y una vez fuera mueren. Sin embargo, otros trofozoítos, antes de abandonar el intestino pueden convertirse en quistes, pero se desconoce la razón por la que adquieren de nuevo la forma de quistes.

La amiba es un microorganismo muy peculiar porque puede vivir en el individuo sin causarle daño, o puede provocarle síntomas muy leves, como dolor abdominal o diarrea.

Los casos graves causan disentería amibiana, que es el padecimiento más frecuente (una característica muy específica es diarrea con sangre).

Se cree que por vía sanguínea las amibas llegan a invadir otros órganos, como hígado, pulmón y cerebro. Una de las principales causas de muerte por amibiasis es el absceso hepático (infección en el hígado), reportado en individuos de todas las edades, y que es tres veces más frecuente en hombres que en mujeres y diez veces más común en adultos que en niños.

La mayoría de las personas infectadas son portadoras asintomáticas (no presentan ningún síntoma, en apariencia están“sanas”) y sólo el 10% de quienes se infectan desarrollan la enfermedad invasora, ya sea intestinal o extraintestinal, esto es, cuando invade otros órganos.

Investigadores trabajando

El diagnóstico clínico y la causa de la enfermedad de la amibiasis no es sencillo, lo que se traduce en diagnósticos erróneos, como sobrevaloración de la incidencia de amibiasis intestinal.

En nuestro país existen diversos grupos que trabajan en la evaluación de la patogenicidad de *Entamoeba histolytica* utilizando técnicas de biología molecular. Uno de ellos, el doctor Mario Alberto Rodríguez, profesor titular del departamento de Patología Experimental del Centro de Investigación y de Estudios Avanzados del Instituto Politécnico Nacional habla sobre sus análisis: "La investigación está encaminada a crear una vacuna; algo muy difícil porque hasta el día de hoy no existe ninguna vacuna para algún protozoario parásito. También estudiamos al organismo a nivel molecular para entender cómo es que tiene la capacidad de comer bacterias y células, como las células rojas de la sangre".

En México no hay estadísticas estrictas sobre casos de amibiasis, sin embargo, el reporte de la Secretaría de Salud del 2004 señalaba que alrededor de un millón de individuos padecían amibiasis infectiva.

Aun así, el doctor Mario Alberto Rodríguez considera que la cifra está subestimada porque para realizar estudios epidemiológicos se observa que en la población existe presencia de anticuerpos contra amibas en sangre (evidencia científica de que ha habido infección), pero puede ser que al momento de realizar el estudio el individuo no esté infectado.

"En el laboratorio también hemos encontrado que cada variedad de amibas tienen diferente grado de capacidad infectiva, y cuando las estudiamos a nivel experimental nos damos cuenta de que pueden producir daño leve, más severo o ninguno”, refiere el doctor Rodríguez.

Existe una variedad de amiba llamada *Entamoeba dispar* que infecta al organismo, pero no causa daño: "Los biólogos decimos que se comporta como comensal, esto es, vive dentro del organismo como huésped pero no produce daño aparente".

Qué hacer

Aun cuando hay medicamentos efectivos para combatir la amibiasis, ésta sigue siendo la infección por parásitos más frecuente.

Literalmente, en nuestras manos está evitar el contagio de amibiasis si mantenemos buenos hábitos de higiene, nos lavamos las manos después de ir al baño, antes de comer y de preparar los alimentos, y evitamos comer en la calle. Así reduciremos significativamente la posibilidad de enfermarnos o, en su defecto, de no contraer la enfermedad pero sí contagiar a otros.

Foto Archivo

> “La mayoría de las personas infectadas son portadoras asintomáticas.

Fuentes Entrevistas con el doctor Mario Alberto Rodríguez Rodríguez y con el gastroenterólogo Felipe Zamarripa • Las parasitosis intestinales en México, Cecilia Ximénez García, Cuadernos Funsalud, no. 36, 1ª edición, México, 2002 • http://home.mdconsult.com/das/book/body/011051/1744.html?tocnode=23869752&fro

GanarSalud

LA REVISTA QUE TE CUIDA

Ahora con nuevo diseño y presentación.

¡Búscala YA!

Te ofrece temas de interés para tu familia

Llama al **5639 0621** o escríbenos a: **suscribete@ganarsalud.com**

Fotoarte Roberto Paz

NO derroche su aguinaldo

Por Adriana Hernández Uresti

¡Alto... deténgase!, antes de abrir su cartera o dar el "tarjetazo" para comprar los regalos de Navidad, pagar los repetidos festejos de fin de año con los amigos o darse un gustito porque... "para eso trabaja", piense bien en qué gastará ese dinero del aguinaldo y/o la caja de ahorro que pronto tendrá en sus manos. Derrocharlo no es una opción, por eso aquí le presentamos algunas útiles recomendaciones para que aproveche ese dinero, que tardó 12 largos meses en llegar.

Si en la familia más de una persona trabaja, es recomendable guardar por lo menos un aguinaldo completo...

Foto archivo

Ni el aguinaldo ni la caja de ahorro son un regalo. Son producto de un esfuerzo de 365 días de trabajo. Bien vale la pena pensar dos veces a qué destinará ese dinero. De lo que decida hacer hoy con estos ingresos extra, dependerá en buena parte el estado de salud de su monedero para el próximo año. Más valioso que un regalo es el tiempo que comparta con su familia y amigos.

Lo primero es platicar con la pareja y/o la famila sobre las diferentes opciones para destinar este dinerito. Quizá sus hijos sugieran comprar un súper equipo de sonido y su esposa cambiar de sala o "¿por qué no? –dirá usted– dar el enganche para un coche". Pero antes de gastar un peso evalúen las ventajas de dividir en tres el ingreso extra: una parte para el pago de las deudas, otra para el ahorro y la última, ésta sí, para consentirse como ustedes decidan: con un regalito, un viaje, una cena fuera de casa, un nuevo comedor, ropa, etcétera. Siempre dando prioridad a las cosas necesarias.

1. Pague sus deudas

Quizá el plan no suena muy interesante porque no habrá regalos para todos, pero aprovechar el aguinaldo para pagar las deudas permitirá darle un respiro al monedero familiar durante el siguiente año y, con un poco de esfuerzo, hasta eliminar los adeudos.

Los pagos adelantados a sus adeudos son la mejor medicina para las finanzas personales, aproveche que ahora, por ley, estos pagos se abonan al dinero que usted solicitó inicialmente, por lo que el monto de los intereses disminuye de manera automática en la siguiente mensualidad (vea el artículo "El CAT. La fórmula para elegir el crédito más barato", que publicamos en el mes de noviembre).

Si tiene varios adeudos, elija aquél que le cobra un interés más alto, pues mientras más dinero abone anticipadamente, mayor será el beneficio. Y ¡por favor!, no adquiera una nueva deuda, mejor aproveche el dinero que quedará disponible para liquidar otra. Por ejemplo, si como beneficio del pago anticipado su mensualidad baja 200 pesos, destínelos como pago anticipado a otra deuda, así generará un círculo virtuoso (no el círculo vicioso de contraer una deuda para saldar otra).

Si alguna de las deudas que tiene no le generan intereses porque aprovechó algún plan con tasa 0%, no hay razón para que haga pagos anticipados. Limítese a pagar a tiempo para no generar recargos.

2. Ahorre ya

Si el pretexto para ahorrar es que es muy difícil porque no tenía más de "dos pesos juntos", ya los tiene con el aguinaldo, y antes de que se los gaste, ahórrelos. O mejor aún, inviértalos en un instrumento redituable (que le dé más que la inflación); no toque este dinero a menos que sea estrictamente necesario (aquí sí, sólo en caso "de vida o muerte").

Existen varias opciones rentables, una de ellas es depositarlo en su Afore como aportación voluntaria. Recuerde que hay restricciones para retirar todo o parte de este dinero, porque la mayoría de las instituciones exigen dejarlo seis meses por lo menos.

Si usted no cotiza en el IMSS ni está "aforado" aún, abra una cuenta en una Afore como trabajador independiente, le pagan los mismos intereses que al resto de los trabajadores, y los montos de apertura son bajos (desde 1,000 pesos).

Otra opción redituable es contratar un fondo de inversión. Con algunas empresas es posible iniciar desde 10 mil pesos (vea artículo "Ahorre para su retiro", publicado en septiembre de 2006). Tanto las aportaciones voluntarias a su cuenta de Afore como las inversiones en fondos tienen beneficios fiscales: usted puede deducir lo ahorrado en su declaración anual.

Los pagarés bancarios no son una opción, pues históricamente su rendimiento ha estado por debajo de la inflación, lo que significa que en lugar de ganar usted perdería invirtiendo en estos instrumentos, además de que no puede utilizar su dinero cuando lo necesita, sino hasta que venza el plazo.

El ahorro es fundamental y muy recomendable para tener siempre un "guardadito" con el cual hacer frente a imprevistos, así no tendrá que endeudarse o lo hará en menor grado.

3. Un gustito, ¿por qué no?

Sobran las razones para consentirse en esta época y destinar parte del aguinaldo a ello. Cierto, trabajó duro todo el año. Cierto, usted y su familia se lo merecen. Pero no es menos cierto que muchas veces somos víctimas de las agresivas campañas publicitarias y de un consumismo poco razonado, que aumenta en esta época. Todos los anuncios, por todos los medios, ordenan "comprar... comprar... comprar" como única vía para sentirnos bien y hacer sentir bien a los demás. Cabe preguntarse, ¿de verdad será el único camino?

¿Qué comprar con esta otra parte del aguinaldo? También tiene que decidirse en familia. La sugerencia es que den prioridad a lo necesario, a lo importante, y que no malgasten el dinero en compras por impulso. Les ayudará mucho hacer una lista y elegir entre todos en qué gastarán: la cena, los regalos, comprar una televisión, cambiar de vehículo, etc. Ajústese a su presupuesto, no se endeude seducido por lo fácil que es dar el "tarjetazo".

Una vez que acordaron en qué gastarán el dinero (tanto si optan por los rubros sugeridos o añaden alguno más), sigue determinar qué porcentaje destinarán a cada cosa. Aunque esta decisión depende de cada situación familiar, enlistamos tres posibles escenarios. Usted elija cuál se ajusta mejor a sus circunstancias:

Si va a darse un regalo, compre productos necesarios, como ropa. Recuerde que pasadas las fiestas navideñas, los almacenes ponen a descuento casi todas las prendas. ¡Aproveche las ofertas!

Foto Archivo

Y sin embargo... ¿habrá regalos?

Si el barco hace agua, pero después de todo no le resulta atractiva la idea de regalar sólo afecto y cree indispensable destinar parte del dinero a comprar algunos obsequios, le sugerimos lo siguiente:

- Compre los regalos con el dinero que ya tiene. No se endeude.
- Elabore una lista de las personas a las que le quiere regalar algo. Revísela bien. ¿Seguro que no puede borrar a alguien? Respete esta lista.
- Regale un artículo por familia.
- Establezca un monto global límite y/o por regalo para gastar. No lo rebase.
- Sin tarjetas ni efectivo, recorra varias tiendas comparando precios para ver si sus estimaciones son realistas o hay que hacer ajustes sobre lo que piensa gastar por regalo o en el número de obsequios.
- Cuando acuda a la tienda para comprar, lleve el dinero justo (en efectivo o en la tarjeta de débito), así no gastará de más.
- No cargue la tarjeta de crédito. Imposible usarla, si no la tiene a la mano.
- Compre los artículos con anterioridad, pues conforme se acerca el 24 de diciembre los costos aumentan y hay menos oferta para elegir.
- Si decidió regalar un artículo por familia, compre por mayoreo, así obtendrá un mejor precio.
- Aproveche las ofertas, siempre y cuando el objeto lo convenza de verdad. Comprar algo sólo porque está barato, muchas veces resulta caro y con frecuencia decepciona a la persona que lo recibe.
- Los monederos electrónicos son una buena opción de regalo. Así usted no se excede en el presupuesto y la persona que lo recibe puede comprar algo a su gusto y que de verdad usará.
- Si sus deseos de regalar son mayores que su presupuesto, eche mano de su creatividad y elabore usted mismo sus obsequios. Seguro tiene alguna habilidad que puede explotar en estos momentos de escasez económica: escribir, cocinar, bordar, tejer, dibujar, pintar, moldear, etc.

"¡Bara... bara, pásele!"

No es necesario recurrir a la piratería para adquirir productos de bajo costo. Aquí enlistamos 10 artículos de excelente calidad que se pueden adquirirse por menos de 100 pesos:

- Libros.
- Reproducciones de cuadros y fotografías.
- Marcos para fotografías.
- Tarjetas pintadas a mano.
- Botellas de vino.
- Una enorme alcancía de cochinito.
- Pulseras, anillos y aretes de plata.
- Artesanías de palma tejida o carpetas bordadas y deshiladas.
- CDs de música, sobre todo de la llamada clásica.
- Una planta exótica en maceta, como un tulipán, que además embellecerá la mesa durante las cenas en estas festividades.

Compre artículos que realmente sean útiles, recuerde que el ambiente festivo nos puede hacer adquirir cosas en exceso.

Foto Archivo

Todo bajo control. La situación financiera familiar es saludable, en casa los ingresos alcanzan para cubrir todas las necesidades, incluso para ahorrar y las deudas no representan una preocupación.

División sugerida del aguinaldo

Pago de deudas:	**25%**
Ahorro:	**40%**
Consentirse:	**35%**

El porcentaje destinado al ahorro y al pago de las deudas puede variar según le convenga más hacer pagos anticipados a sus deudas o invertir ese dinero. Por ejemplo, si usted está pagando algún artículo y aprovechó una promoción con tasa 0%, no tiene mucho sentido que haga pagos anticipados, mejor invierta esos recursos en un instrumento que le pague un buen interés.

También puede aprovechar su capacidad de ahorro para reunir el enganche para un departamento y así dejar de pagar renta, si es el caso, o como inversión.

Nubarrones a la vista. Las finanzas familiares han enfrentado problemas durante los últimos meses. Lejos de disminuir, las deudas aumentan y ocupan buena parte del gasto. No hay dinero disponible para ahorrar.

División sugerida del aguinaldo

Pago deudas:	**60%**
Ahorro:	**20%**
Consentirse:	**20%**

Urge que ponga un alto a esta situación antes que de verdad se salga de control. Además de destinar una buena parte del aguinaldo al pago de las deudas, quizá convenga vender algunas cosas que no son realmente indispensables (¿qué mejor época que ésta?), como la caminadora, que sólo sirve para colgar la toalla; una de las televisiones, juguetes de los hijos, la bicicleta fija, etc. Por poco que sea, el dinero que se obtenga ayudará a enderezar el barco. Le sugerimos que el dinero del tercer rubro lo destine a preparar las cenas de Navidad y fin de año y para comprar artículos de primera necesidad, como ropa o zapatos. Borre de la lista regalos para otras personas.

Sálvese quien pueda... Las deudas familiares ocupan más del 50% del gasto y en ocasiones adquieren nuevos adeudos de corto plazo para pagar los de mediano y largo alcance. Ya ha empeñado algunos objetos y no se vislumbra por ningún lado que la situación mejore.

División sugerida del aguinaldo

Pago deudas:	**90%**
Ahorro:	**0%** (para mejor ocasión)
Consentirse:	**10%**.

La situación es crítica y hay que tomar medidas drásticas. Nada de comprar regalos. El 10% del aguinaldo que sirva para preparar una buena cena de Navidad y fin de año, pero si el menú tradicional supera el presupuesto, haga otros guisos. Lo importante, en todo caso, es compartir la velada.

Pesque los mejores productos... con nuestra red

www.profeco.gob.mx

Lo que encontrará en nuestro sitio de Internet:

Información sobre precios de artículos de la canasta básica, medicamentos, electrodomésticos, pescados, útiles escolares y, en temporada, juguetes, entre otros. Además:

- La Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnologías Domésticas Profeco
- Información acerca de nuestros servicios de orientación, asesoría y atención a quejas
- Resultados de los estudios de calidad publicados en la *Revista del Consumidor*
- El programa de radio *El cuarto del consumo*
- Ubicación de nuestras oficinas en el país

y mucho más...

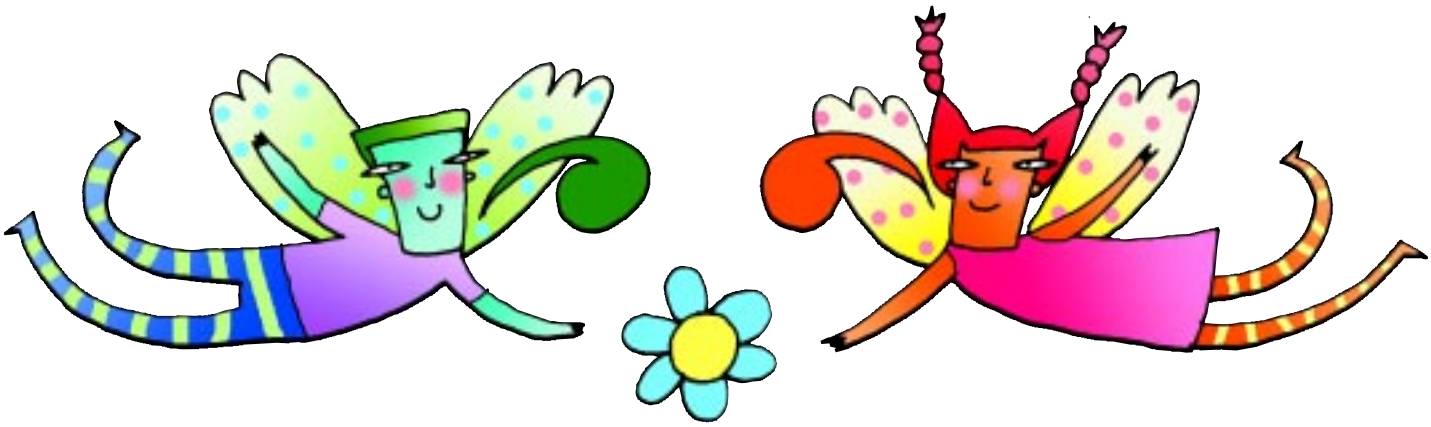
Para que no lo pesquen distraído,
¡consulte nuestros servicios en línea!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Pequeños consumidores

Derechos humanos

Ilustración Mónica Miranda



Todos los hombres y mujeres del mundo son iguales, sin importar la raza, la lengua o el credo que profesen. Esto significa que tienen los mismos derechos, es decir, las mismas oportunidades para gozar de una vida digna, plena y feliz, como tú.

Por Luis Amador

Construir un mundo mejor con una pizca de justicia, respeto y solidaridad no es nada fácil, pues a lo largo de la historia han existido individuos que se aprovechan de quienes son "diferentes" y más débiles para lastimarlos y quitarles lo poco que tienen. Para detener esos atropellos, el 10 de diciembre de 1948 la Organización de las Naciones Unidas (ONU) proclamó la *Declaración universal de los derechos humanos*, lo que a todos nos garantiza lo siguiente, especialmente a ti:

Derecho a la vida, a la libertad y seguridad. Tú tienes el derecho de respirar muy hondo, a correr y saltar bajo el sol, además de practicar tu deporte favorito con la confianza de que alguien está al pendiente de ti para que no salgas lastimado.

Libertad de pensamiento, expresión y opinión. Tienes toda la libertad para defender tus puntos de vista, expresar lo que sientes y dar tu opinión sobre problemas o situaciones de tu vida diaria.

Los límites de tus derechos...

Puedes pensar que si tienes derechos, las demás personas tienen la obligación de darte todas las cosas que se te antojen o que sólo tú eres importante. No te equivoques, tus derechos tienen un límite, y es aquél donde empiezan los derechos de los demás.

A formar una familia. Cuando seas mayor te tocará elegir con quién formarás una familia y cuántos hijos vas a tener, sin que nadie te obligue o te lo impida, así como tus papis formaron la familia a la que perteneces.

Libertad de unión y asociación. Puedes tener todos los amigos que quieras, sin importar que sean de otro color o hablen una lengua que no conoces. Puedes formar equipos de futbol con quien desees o estudiar con el que menos sabe.

Derecho a la propiedad. Puedes tener tus juguetes, tu ropa, tus anteojos, tus libros, tu bicicleta y tu mascota, pero también tienes la obligación de cuidarlas. A partir de las cosas propias inicia una convivencia muy especial: la de compartir y regalar.

Tiempo libre. Puedes aprovechar tu tiempo libre en lo que más te gusta: construir barquitos de papel, jugar a la pelota o ver la tele. Son momentos para disfrutar; otro es el tiempo para estudiar y hacer la tarea.

Salud y bienestar. Si te duele la cabeza o el estómago, puedes ir al médico para que te atienda y revise tu estado de salud. Debes recibir todas las vacunas y atenciones para crecer sano y fuerte, en un ambiente de amor.

Educación. Tienes derecho de aprender un oficio y la profesión que más te agrade, de acuerdo con tus gustos y habilidades. Aunque no lo creas, ir a la escuela y hacer la tarea es parte de tus derechos y te garantizan un futuro prometedor.

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a rconsumidor@profeco.gob.mx. No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.*

Selecciones no da elección

Tuve una suscripción con la revista *Selecciones* Reader´s Digest aproximadamente por 20 años, pero en el 2004 les escribí informándoles que a partir del 2005 ya no iba a renovar la suscripción.

Nunca recibí una respuesta, y en 2005 llegó un formato de cobro en el que me "ordenaban" pagar. Hice el esfuerzo de pagar la suscripción porque a mi abuelo le gusta mucho la revista, pero en noviembre de ese mismo año volví a mandar otra carta para informarles que ahora sí cancelaba la suscripción para 2006, y otra vez no me contestaron.

Este año me volvieron a exigir el pago de la renovación, pero como no lo hice, me han estado mandando cartas demandando el pago y amenazándome con enviarme al Buró de Crédito.

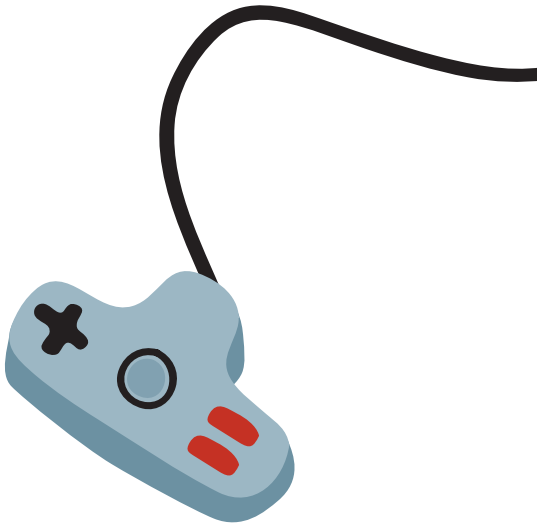
Estoy bastante molesta porque yo no firmé ningún compromiso con ellos, y si no vieron las cartas que tuve la atención de enviarles, pues no es mi problema. No me gusta la forma en que se están comportando, por favor oriéntenme y díganme qué debo hacer con esta molesta situación.

Ma. del Rosario Álvarez Pérez

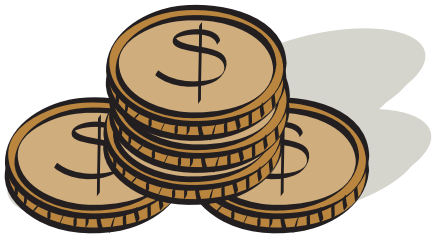
Usted, como consumidora, tiene el derecho a elegir los productos y servicios que desea adquirir, y *Selecciones* Reader's Digest no tiene por qué imponerle la compra de la suscripción anual a su revista, y mucho menos amenazarla con enviarla al Buró de Crédito.

Le pedimos que acuda a nuestras oficinas para formalizar su queja, y así podremos intervenir en la solución de su problema. Para conocer cuál es la delegación Profeco más cercana a su domicilio llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier punto de la República,donde además le informarán a detalle cuál es la documentación que debe llevar.

A todos nuestros lectores:
Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La Revista del Consumidor *no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones Profeco, Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.*



* Las cartas enviadas a la *Revista del Consumidor* implican su consentimiento implícito para que sean editadas y publicadas. Sus datos personales quedan protegidos conforme a los Lineamientos para la protección de datos personales emitidos por el IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública).



Propina a la fuerza

El 21 de septiembre pasado, acudí al bar La Cabaña del Tío Mango para tomarme unas cubas y comer una botana. Cuando me trajeron la cuenta realicé el pago por $221 con mi tarjeta de débito, pero la chica que me atendió me dijo que debía pagar además la propina.
Al día siguiente, al revisar el ticket de venta me di cuenta de que había un cargo del 10% por concepto de propina incluido en los $221. No se me hace justo que me cobren un porcentaje de propina sin consultarme, pues creo que ésta es a criterio del cliente, además de que la mesera se aprovechó y todavía se atrevió a pedirme más.
Es la tercera vez que acudo al lugar porque me parece que tiene buen ambiente, pero me parece muy desagradable que te obliguen a pagar propina.
Fernando Yánez

La propina es una gratificación voluntaria que el consumidor otorga a la persona que lo atendió por su buen servicio. Los establecimientos no pueden incluirla como un cargo obligatorio en la cuenta de sus clientes ni presionarlos para que dejen algún porcentaje determinado.
Publicamos su carta para advertir de esta situación a nuestros lectores y enviaremos su denuncia al área de Verificación y Vigilancia de Profeco.

No es cosa de juego

Compré el videojuego Star Wars Lego para Playstation 2 en la tienda Game Planet, sucursal Galerías Pachuca. Cuál fue mi sorpresa cuando al probarlo en la noche, la consola no podía leer el disco, sólo emitía ruidos de lectura repetitiva pero el juego no avanzaba. Probé que la consola funcionara correctamente con otros videojuegos y DVDs, que leyó rápidamente y sin ningún problema, por lo que descarté un problema en mi equipo.
Al día siguiente fui a la sucursal de Game Planet para cambiar el juego, pero el encargado alegó que yo había rayado el disco y que no podía hacer la devolución. Yo le expliqué que no había tratado de limpiar el disco y que si estaba rayado seguramente se debía a algún defecto de fabricación, a lo que me respondió que eso era imposible y que no me lo cambiaría por otro.
Acudiré a las oficinas de Profeco a presentar mi queja, pero quería advertir a los demás lectores para que tengan mucho cuidado al comprar videojuegos en Game Planet sucursal Pachuca.
Juan Carlos Seck Tuoh Mora

Cuando un producto tiene algún desperfecto o no cumple con las características o atributos por los que usted lo compró, tiene derecho a que el proveedor se lo reponga por otro que sí funcione o, en su defecto, a que le devuelva el dinero que pagó por él.
Agradecemos que comparta su experiencia con los demás consumidores, lo esperamos en la delegación Profeco ubicada en Artículo 3º número 113, Fraccionamiento Constitución en Pachuca, Hidalgo, para atender su queja y buscar una solución con Game Planet.

En nuestro próximo número

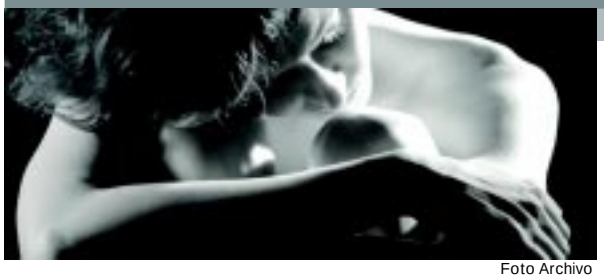


Foto Archivo

Seca y cómoda

Para que “esos días” usted se sienta cómoda y segura, nuestro Laboratorio preparó un estudio sobre toallas femeninas. Le decimos todo lo que técnicamente es necesario saber para que decida qué marca es la que le brinda todo lo que espera de ese imprescindible auxiliar de la higiene femenina.

Foto Archivo

Para un mejor desayuno

Ahora la oferta de huevos en el supermercado es grande, ya no sólo hay rojos y blancos, sino que se ofrecen huevos *light*, con omega 3 o enriquecidos con ciertos nutrientes. ¿Deveras esa marca de huevos que es su preferida contiene lo que le ofrece en el empaque? Despejamos todas sus dudas con este estudio de calidad.

Foto Archivo

Siempre en línea

Después de los excesos alimenticios de las fiestas navideñas se impone la contención, pero nada de productos *light* para ayudar a bajar la lonjita. Es mejor aprender a comer balanceadamente todos los grupos de alimentos, sin privarse siquiera de un delicioso helado o de un pastel riquísimo. ¿Que eso es “misión imposible”? ¡Para nada! Aquí le diremos cómo.

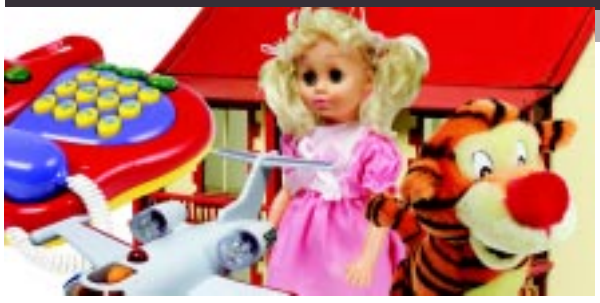


Foto Archivo

Mes de Reyes

Se vale pedir de todo, pero antes de hacerlo los niños deben saber que los fabricantes de juguetes también exageran las virtudes de sus productos, y si a la hora de la verdad el juguete solicitado no cumple con lo esperado, la culpa no es de Melchor, Gaspar ni Baltasar, tampoco del niño, claro, pero antes de elegir, hay que pensárselo dos veces.

La *Revista del Consumidor,* publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981.
Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor.
Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 60,000 ejemplares.

Ojos que no ven... consumidor que no ahorra

TV Revista del Consumidor

El programa que nos enseña a consumir de manera inteligente

Todos los domingos a las 9:00 am por el Canal del Congreso

Busque todos nuestros horarios* en la cartelera que publica RTC en los principales diarios.

Para estar siempre bien informado...
¡sintonice nuestro programa!

* Los horarios pueden variar sin previo aviso.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

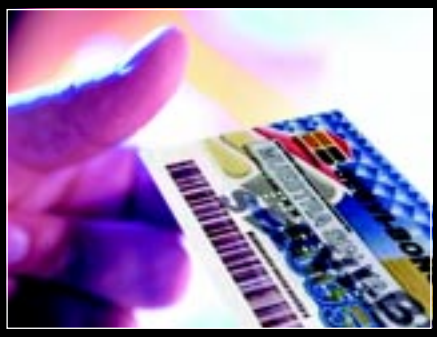
Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes

productos y prácticas comerciales

Incendios en Navidad

Muchas de las series de luces para el árbol y adornos navideños luminosos que se venden en el mercado, tanto formal como informal, son un riesgo para su seguridad, pues pueden provocar un incendio.



Vales de despensa falsos

No compre a precio "de oferta" vales de despensa falsos presuntamente emitidos por la empresa Servi Bonos.

Cuidado con las gasolinas adulteradas

Se han detectado averías en vehículos automotores por el uso de gasolinas adulteradas con agua, así como de diesel adulterado con keroseno y aceite de coco.

Busque la información completa en la página 12

Exhibir hasta el 31 de diciembre de 2006

Mole con romeritos y tortas de camarón

Ingredientes (6 raciones)

1 kg de romeritos limpios, cocidos y escurridos

4 nopales cocidos y picados

400 g de papitas cambray cocidas y sin cáscara

Para las tortas de camarón

125 g de camarones secos

2 huevos

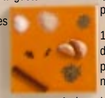
aceite para freír

jugo de limón

sal al gusto

1 pizca de pimienta

2 dientes de ajo asados



1 grano de pimienta negra

1 clavo de olor

1 pizca de anís

1/2 rajita de canela tostada

1 pizca de azúcar

Para el mole

4 chiles anchos desvenados

cacahuates pelados y tostados (35 g)

almendras o semillas de calabaza peladas y tostadas (35 g)

1 trozo grande de cebolla asada

4 chiles mulatos desvenados

1 1/2 cucharadas de ajonjolí tostado

pasitas (50 g)

1 chile pasilla desvenado

2 cucharadas de pan molido

1 tortilla seca y frita

1 tablilla de chocolate

1/2 bolillo seco y frito

1 1/2 cucharadas de aceite

Foto José Rodríguez

Foto José Rodríguez

El revoltijo de Navidad

Los romeritos, que se encuentran en el mercado de noviembre a abril, son el principal ingrediente del guiso llamado revoltijo, que tradicionalmente se consume durante Cuaresma y las fiestas de fin de año. Las partes utilizables del romerito son las hojas y los tallos tiernos, por lo que al comprarlos debe elegir los que tengan color verde uniforme y no presenten partes dañadas, manchas o textura blanda.

El romerito es una planta herbácea que pertenece a la familia de las quenopodiáceas, de 10 a 15 cm de altura, con raíces penetrantes que le permiten obtener agua de las capas profundas de la tierra. Las hojas son alternas, pequeñas, angostas y casi cilíndricas, de consistencia carnosa y de sabor ligeramente salado.

Preparación

1 Cueza los camarones enteros y retíreles las cabezas y las colas. Aparte algunos para adornar y muela el resto sin el caldo. Reserve el caldo.

2 Bata las claras de huevo a punto de turrón con unas gotas de jugo de limón, luego incorpore las yemas una por una. Agregue el camarón y el pan molido y mezcle en forma envolvente.

3 Para hacer las tortas, caliente el aceite a fuego bajo y con una cuchara vierta porciones de la mezcla y fríalas por ambos lados. Escúrralas sobre papel absorbente.

4 Tueste y remoje los chiles. Lícuelos con el agua de remojo y poco a poco agregue los ingredientes del mole, menos el chocolate. Añada el caldo de camarón necesario hasta obtener una pasta tersa.

5 Caliente una cucharada de aceite y fría la pasta, previamente colada. Si es necesario, añada caldo o agua al gusto y sazone con sal. Incorpore el chocolate y deje hervir a fuego bajo durante unos minutos sin dejar de mover, hasta que el chocolate se derrita.

6 Cuando comience a espesar agregue los romeritos, los nopales y las papas. Mezcle todo y deje cocinar durante 10 minutos.

7 Un poco antes de servir los romeritos, agregue las tortitas. Adorne el platillo con los camarones enteros.

Aporte nutrimental (por ración)

Kilocalorías	512
Proteínas	25 g
Grasa	27 g
Colesterol	103 mg
Fibra dietética	6 g

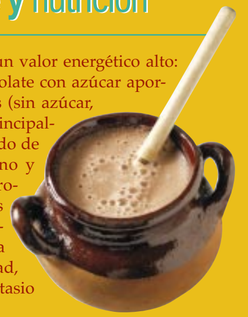
Fuentes Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco • "El chocolate, alimento de los dioses", *Revista del Consumidor*, 351, mayo 2006, página 58 • *Refranero Mexicano*, Herón Pérez Martínez, FCE, México, 2004

"Ni chocolate recalentado ni amistad reconciliada"

Este refrán popular expresa los inconvenientes de la reconciliación entre amigos, comparándolos con las bebidas que para muchos son más sabrosas recién preparadas, como el chocolate y el café.

Chocolate y nutrición

El chocolate tiene un valor energético alto: cada 100 g de chocolate con azúcar aportan 459 kilocalorías (sin azúcar, 403 kcal), debido principalmente a su contenido de hidratos de carbono y grasas. También proporciona vitaminas A y B, pocas proteínas y fibra dietética y, en menor cantidad, minerales como potasio y magnesio.



¿Chocolate sin chocolate?

Los ingredientes **indispensables** en un chocolate son la manteca de **cacao** y los **sólidos** de cacao. A estos ingredientes se les adicionan **azúcar y especias**, además de emulsionantes, como **lecitina de soya**. En caso de tratarse de **chocolate** con **leche**, se le agregan grasa butírica y sólidos de leche. La normatividad determina los valores que debe **cumplir** un producto para poder denominarse "chocolate", lo que lo hace muy diferente de los productos llamados **"bebidas con sabor a chocolate"**, que **sustituyen** la manteca de cacao por **grasa vegetal** y, en lugar de sólidos de cacao, contienen saborizantes **artificiales**.

Por gusto y placer

El chocolate contiene sustancias que pueden influir en el estado de ánimo: la teobromina, un estimulante de la misma familia de la cafeína que, además de ser diurética, presenta la característica de disminuir el abatimiento y mantener la sensación de placer; y la feniletilamina, una sustancia que sintetiza naturalmente el cerebro durante el enamoramiento.

Además, los ácidos grasos contenidos en el chocolate fomentan la producción de endorfinas, sustancias que regulan la respuesta al placer e influyen directamente en el estado de ánimo de las personas.

Tan importante como un cacahuate

Al parecer el cacahuate es originario de **Brasil**, aunque **Bolivia** reclame ese privilegio. El antiguo nombre inglés *groundnut*, o el francés *pistache de terre* surgieron del comportamiento de esta planta oleaginosa. Al secarse, las flores desarrollan un **"clavo"** que se estira, se inclina, se introduce **bajo la tierra** y forma el fruto, que es una vaina en forma de **guaje** que contiene entre una y cinco semillas.

Colina y proteína

Los cacahuates, al igual que el huevo, las vísceras, la leche y las leguminosas, contienen **colina**, una sustancia cuya deficiencia en el organismo se ha relacionado con padecimientos de tipo **neurológico**, particularmente de aquellos que cursan con **demencia**.

También tienen proteína, aunque ésta no es completa debido a que le faltan algunos aminoácidos. Sin embargo, si se complementa con otros alimentos, como los cereales, se obtiene una proteína de alta calidad. Los cacahuates también son una excelente fuente de selenio, un mineral con función antioxidante.

No a los manchados

- No consuma cacahuates manchados, **negros** o **rancios**, ya que pueden estar contaminados con mohos (hongos microscópicos) que producen aflatoxinas, sustancias relacionadas con ciertos tipos de **cáncer**.
- Prefiera los cacahuates **tostados** al natural, en vez de **fritos salados**, ya que por naturaleza los cacahuates son **altos en grasa** y **sodio**. No consuma cacahuates **crudos**.
- Almacénelos en un lugar **fresco** y **seco**.

Súper energía

El cacahuate es muy nutritivo y altamente energético porque es rico en proteínas, grasas poliinsaturadas -saludables para el organismo- e hidratos de carbono. 100 g de cacahuates tostados contienen 585 kilocalorías. También es una excelente fuente de fibra dietética y niacina (vitamina del complejo B), potasio, fósforo y sodio.

Pastel de frutas secas (fruit cake)

Fotos José Rodríguez

Ingredientes

Utensilios

Para hacer buenas migas

El polvo para hornear se añade a los panes para darles consistencia esponjosa, pues contiene benzoato de sodio, una sustancia que reacciona con el calor formando gas, el cual queda atrapado. Por eso, la parte interior del pan queda blanda, y se forma la miga. Esta receta tiene poco polvo para hornear por lo que el pastel queda bien firme y duro.

Recomendaciones

- Si desea puede sustituir las frutas cristalizadas por frutas secas como manzana, chabacano, pera, etcétera.
- En lugar de jugo de naranja puede añadir jugo o néctar de cualquier otra fruta como durazno, manzana, etc.
- El *fruit cake* adquiere mejor sabor entre más tiempo se deje madurar. Así que le sugerimos prepararlo ¡cuánto antes!

Dato interesante

❋

El pastel de frutas o *fruit cake* es originario de Alemania.

❋

Uno de los ingredientes que ayuda a conservar por más tiempo este pastel es el alcohol. El consumo moderado de alcohol puede ser benéfico, pues es fuente de calorías y estimula el apetito.

Caducidad

Si el pastel se almacena en el refrigerador se conserva en buen estado tres meses, y en el congelador hasta un año.

Procedimiento

1

Cierna la harina junto con el clavo, la canela, el jengibre y el polvo para hornear.

2

En un tazón bata la mantequilla hasta que adquiera consistencia cremosa. Agregue el azúcar mascabado y continúe batiendo hasta que se deshagan los grumos.

3

Con el batidor de globo bata las yemas a punto de listón, es decir, cuando cambien de color y al levantar el agitador se forma un hilo continuo. Incorpórelas a la mantequilla, luego agregue la miel, el jugo de naranja y la mitad de la harina; mezcle perfectamente.

4

Reserve 1/2 taza de fruta picada para adornar el pastel. Al resto de la fruta añádale la otra mitad de harina, revuelva y agregue a la pasta del paso anterior. Mezcle hasta obtener una pasta homogénea.

5

Bata las claras a punto de turrón e incorpórelas en forma envolvente a la mezcla anterior.

6

Engrase el molde y fórrelo con papel encerado, engrase también éste y vierta la masa. Decore con las frutas que reservó.

7

Introduzca al horno precalentado a 180ºC y deje cocer durante una hora aproximadamente.

8

Una vez frío, bañe el pastel diariamente con una copita de brandy, hasta que se termine. Manténgalo envuelto en papel aluminio, a la intemperie.

Fotos José Rodríguez

Fuente Dirección General de Educación para el Consumo, Profeco
• **Validación** maestro en Ciencias Miguel Angel Meza Yudoyra